

Forschungsbericht

Erziehungsberatung in Real-People-TV-Formaten

Psychologische Wirkungsanalyse zur Schweizer *Super Nanny* auf TV 3+

Daniel Süss, Eve Hipeli, Gregor Waller

unter Mitarbeit von David Britschgi und Janina Elsener-Elendt



Quelle: TV 3+

Mit finanzieller Unterstützung der Stiftung Suzanne und Hans Biäsch zur Förderung der Angewandten Psychologie

Zürich, Dezember 2009

Kontaktadresse:

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Departement Angewandte Psychologie

Prof. Dr. phil. habil. Daniel Süss

Leiter Forschung & Entwicklung

Minervastrasse 30, Postfach

CH-8032 Zürich

Telefon +41 58 934 83 36

daniel.suess@zhaw.ch

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

1. Einleitung und Forschungsstand.....	S. 5
2. Fragestellungen.....	S. 11
3. Methoden	S. 12
3.1 Perspektiven	S. 12
3.2 Vorbereitung der Interviews	S. 13
3.3 Vorbereitung der Fokusgruppen	S. 14
4. Ergebnisse	S. 17
5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen	S. 46
6. Anhang.....	S. 49
6.1 Weitere Publikationen im Kontext des Projektes.....	S. 49
6.2 Brief an die Eltern	S. 63
6.3 Interview Leitfäden	S. 64
6.4 Codebuch	S. 86
7. Literaturverzeichnis	S. 87

Vorwort

Das Super Nanny Projekt der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Departement Angewandte Psychologie, konnte mit freundlicher Unterstützung der Stiftung Suzanne und Hans Biäsch umgesetzt werden. Die empirischen Arbeiten wurden zwischen Juli 2008 und Juni 2009 durchgeführt. Die Ergebnisse sind in diesem Forschungsbericht dargestellt und sind zusätzlich auf den Webseiten der Stiftung und des Departements Angewandte Psychologie der ZHAW als PDF abrufbar:

Stiftung Suzanne und Hans Biäsch zur Förderung der Angewandten Psychologie

<http://www.psychologie.uzh.ch/fachrichtungen/angpsy/biaesch.html>

ZHAW Departement Angewandte Psychologie, Forschungsschwerpunkt Psychosoziale Entwicklung und Medien

<http://www.psychologie.zhaw.ch/de/psychologie/forschung-und-entwicklung.html>

Die Umsetzung des Projektes wurde möglich durch die Mitarbeit folgender Personen: Prof. Daniel Süss leitete als Projektverantwortlicher und wissenschaftlicher Beirat das Projekt. Die wissenschaftlichen Mitarbeitenden Eveline Hipeli und Gregor Waller waren bei der Aufgleisung des Projektes sowie der Durchführung die organisatorische und fachliche Schnittstelle zwischen Projektleitung und den beiden studentischen Mitarbeitenden David Britschgi und Janina Elsener-Elendt, welche im Rahmen ihrer Bachelorarbeit am Departement Angewandte Psychologie die Sendungsanalyse durchführten und bei der Datengewinnung und -erfassung der verschiedenen Befragungen mitarbeiteten.

Wir bedanken uns bei den Programmverantwortlichen des privaten Fernsehsenders TV 3+ für Ihre Unterstützung im Zugang zu den Sendungsaufzeichnungen, den beteiligten Familien und der „Supernanny“ Martina Krieg. Ein herzlicher Dank geht an alle Personen, die an den Einzel- oder Gruppeninterviews mitgemacht haben: Der Erziehungsberaterin Martina Krieg, den Expertinnen und Experten für Erziehungsberatung und Elternbildung, den Eltern in der Rolle als Zuschauende und ganz besonders den Familien, die bereit waren, auf ihre Erfahrungen mit der Sendung als Teilnehmende zurück zu blicken und von ihren Erlebnissen als „öffentliche Personen“ mit Erziehungsproblemen zu berichten.

Zürich, im Dezember 2009

1. Einleitung und Forschungsstand

Die TV-Sendung *Super Nanny* kann dem Real-People-Format zugeordnet werden (Rossi, 2006). Die TV-Serie stammt ursprünglich aus Grossbritannien, wo sie im Juli 2004 auf Channel4 erstmals ausgestrahlt wurde (Grimm, 2006). Das Format wurde in der Folge von RTL für Deutschland übernommen (vgl. Saalfrank, 2006). In Ländern wie Österreich, den USA, Frankreich, Spanien, Australien, Brasilien oder der Schweiz wurde die Show ebenfalls adaptiert und ausgestrahlt. Inhaltlich ist das Konzept in allen Ländern mehr oder weniger gleich: Gestresste Eltern, die in der Kindererziehung nicht mehr weiter wissen, wenden sich an die Super Nanny. Diese besucht die Familien mit einem Kamera-Team zu Hause, beobachtet die Szenerie und gibt vor laufende Kamera ihre Erziehungsempfehlungen ab. Neue Regeln werden aufgestellt und durchgesetzt. Nach ein bis zwei Wochen verlässt die *Super Nanny* die Familie wieder und hinterlässt eine „funktionierende Familie“ (Rossi, 2006, S. 81). Dieser Sendungsablauf ist vorgegeben und erfüllt die Erwartungen der Zuschauer im Hinblick auf das Bedürfnis nach Geschlossenheit (vgl. Schmitt, 2004). Fernsehshows in der Art von *Super Nanny* werden auch als *Live-Life-Dramen* bezeichnet, deren Ursprung auf die Nachmittagstalkshows der 1990er Jahren zurück geht (Grimm, 2006, S. 11).

Super Nanny wurde von der ersten Sendung an kontrovers diskutiert. Vor allem das boulevardeske zur Schau stellen von Erziehungsproblemen hat bei einer Vielzahl von Institutionen und Verbänden heftige Kritik ausgelöst (Wahl, 2006, S. 77ff). So haben sich zum Beispiel der Deutsche Kinderschutzbund und die Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie und Familientherapie negativ über die Sendung geäußert (Theunert, 2006, S. 73). Ebenfalls kritisch äusserte sich Pro Juventute Schweiz.

Verschiedene Autorinnen und Autoren haben sich in den letzten Jahren mit dem Phänomen der Fernsehsendung *Super Nanny* wissenschaftlich auseinander gesetzt (Blatter & Gehri, 2007; Bressoud, 2007; Britschgi & Elsener-Elendt, 2008; Cathy & Rocher, 2006; Grimm, 2006; Obergfell, 2005; Rossi, 2005, 2006; Theunert, 2006; Tschöpe-Scheffler, 2005; Wahl, 2006).

Die wichtigsten Erkenntnisse aus den aufgelisteten Studien werden in den nachfolgenden Abschnitten zusammengefasst.

Grimm (2006) hat die *Super Nanny* Sendungen aus England, Deutschland und Österreich einer Inhaltsanalyse unterzogen. Dabei zeigte sich, dass der von den überforderten Eltern in der Sendung praktizierte Erziehungsstil entweder stark autoritär geprägt war oder aber, dass sich die Eltern permissiv negierend verhalten haben. Die Eltern haben also entweder auf Einschüchterung gesetzt oder verhielten sich interesselos und resignierend passiv gegen-

über ihren Kindern. Demgegenüber setzten die *Super Nannys* in allen drei Ländern auf einen demokratischen Erziehungsstil. Die Hauptstossrichtung der *Super Nanny* zielt auf die positive Verstärkung der Kinder. Daneben wird der rationale Umgang mit den Kindern propagiert. Die Kinder sollen partnerschaftlich in die Erziehung mit einbezogen werden. Restriktive Massnahmen und Strafen werden nur in Ausnahmefällen eingesetzt (Grimm, 2006, S. 30), bleiben in der Erinnerung der Zuschauer/innen aber offenbar besonders nachhaltig haften (stiller Stuhl, Einschliessen in ein Zimmer, etc.).

Die *Super Nannys* in England, Deutschland und Österreich geben denn auch ähnliche allgemeine Erziehungsratschläge: So raten die *Super Nannys* in knapp einem Viertel der TV-Fälle zu *selbstbewusstem Agieren* der Eltern. Die Eltern sollen also zu durchsetzungsstarkem und aktivem Erziehungshandeln ermutigt werden. Daneben propagieren die *Super Nannys* in fast 20% der Fälle den *liebvollen Umgang* mit dem Kind (Grimm, 2006, S. 36).

Handlungsträger in den *Super Nanny* Sendungen waren zu 57% die Mütter. Dies entspricht in etwa den asymmetrisch verteilten Erziehungsaufgaben in der Gesellschaft. Mit dem seltenen Einbezug der Väter als Erziehungsakteure (nur ca. 19% der Fälle) wird aber auch einiges an Potenzial - in Hinblick auf den von den *Super Nannys* propagierten demokratischen Erziehungsstil - nicht genutzt.

Die Reflexion der in den Sendungen aufgedeckten Erziehungsprobleme, wird länderspezifisch unterschiedlich gehandhabt. So sind es in Deutschland und Österreich fast ausschliesslich die Nannys, welche Überlegungen anstellen und Kommentare abgeben. Nicht so in England: Dort werden die Eltern selbst aufgefordert, Überlegungen zu ihren Erziehungsproblemen anzustellen und diese zu kommunizieren (Grimm, 2006, S. 38). Zur Schweizer Super Nanny (Ausstrahlung: Frühsommer 2007) lagen vor dem Projektstart 2008 noch keine Befunde vor.



Quelle: TV 3+

Das Publikum der Super Nanny

Auf der Basis einer binationalen Online-Befragung konnte Grimm (2006, S. 73ff) aufzeigen, wie sich das *Super Nanny* Publikum in Österreich und Deutschland zusammensetzt. Frauen schauen dabei häufiger *Super Nanny* als Männer. Jüngere Personen (unter 30-jährig) „nutzen“ die TV-Nanny eher als ältere Personen. Auch schalten formal niedriger gebildete Personen (ohne Matura / Abitur) die Sendung häufiger ein, als formal höher gebildete Personen (mit Matur / Abitur). Der wichtigste Prädiktor für das *Super Nanny* Publikum ist jedoch die aktuelle Situationsinvolvierung, d.h. ob jemand gegenwärtig in die Erziehung eines Kindes mit eingebunden ist. Retrospektive biographische Einflüsse (z.B. eine belastende eigene Kindheit) sowie ein in die Zukunft gerichteter Kinderwunsch erwiesen sich als wenig bedeutsam für die Präferenz der *Super Nanny* (Grimm, 2006, S. 76).

Von der psychosozialen Disposition her ist der typische *Super Nanny* Zuschauer – entgegen der alltagspsychologischen Erwartung – kein *Sensation Seeker*. Vielmehr geht er riskanten Erlebnissen aus dem Weg; er ist auf der Suche nach sozialer Orientierung. Probanden, die eine Präferenz für *Super Nanny* entwickelten, sind einfühlsamer als solche, die die Sendung nicht schauen. Zudem erwiesen sich „eine stark ausgeprägte Harmonie- und Lösungsorientierung im Konfliktfall sowie die Ausrichtung auf Sozialwerte wie Liebe und Hilfsbereitschaft als erklärungskräftige Sinnstruktur des *Super Nanny*-Konsums“ (Grimm, 2006, S. 89).

Positive Aspekte und Auswirkungen der Super Nanny

Als Auswirkungen des *Super Nanny*-Konsums auf die Zuschauer/innen und die Gesellschaft werden in der Literatur sowohl positive wie auch negative Effekte beschrieben. Gemäss Grimm (2006, S. 219) leistet das Sendegefäss einen wichtigen Beitrag zur Akzeptanz von Erziehungsthemen in der Öffentlichkeit und macht somit PR für die professionelle Erziehungsberatung. So hat sich gezeigt, dass für die TV-Zuschauer/innen die Schwelle zur Erziehungsberatung sinkt (Tschöpe-Scheffler, 2005, S. 187). Aufgrund der Rezeption der TV-Sendung sind potenzielle Klienten also eher bereit, eine Erziehungsberatung zu konsultieren. Die Sendung wirkt somit als Türöffner für die professionelle Erziehungsberatung (Grimm, 2006, S. 220).

Eine weitere positive Auswirkung der *Super Nanny* sind die in der Sendung vermittelten Erziehungskonzepte. Ratschläge der *Super Nanny* zielen in den meisten Fällen auf positive Verstärkung. So werden die Eltern angehalten, dem Kind „ein gutes Vorbild“ zu sein oder „das Kind zu ermutigen“. Der demokratische Erziehungsstil wird dabei als idealer Erziehungsstil propagiert. Als Folge davon vermutet Grimm (2006, S. 225), dass „Nanny-TV den Einflussoptimismus der Eltern erhöht und so einem falsch verstandenen Laissez-fair im Sinne „anti-autoritärer“ Erziehung sowie einem negierenden Erziehungsstil vorbeugt“. Viele Zuschauer/innen fühlen sich durch die Sendungen in ihrem Erziehungsverhalten bestätigt und dadurch positiv angesprochen (Rossi, 2006).

Auch deuten verschiedene Hinweise darauf, dass durch die Sendung die Bereitschaft, selber Kinder zu bekommen, erhöht werden kann. Es werden zwar zum Teil schockierende Einzelfälle gezeigt, aber die Einstellung der Mehrheit der (noch kinderlosen) Rezipienten in Bezug auf Kinder kriegen wird positiv beeinflusst. „Würde nur ein kleiner Prozentsatz davon der Absicht Taten folgen lassen, wäre dies im gesellschaftlichen Interesse der Zukunftssicherung ein Erfolg“ (Grimm, 2006, S. 225).

Negative Aspekte und Auswirkungen der Super Nanny

Neben den im obigen Abschnitt beschriebenen positiven Aspekten, weist Theunert (2006) aber auch auf eine Reihe von negativen Aspekten in Zusammenhang mit der Sendung *Super Nanny* hin. Theunert (2006, S. 71) reiht *Super Nanny* in das Genre des *Affektfernsehens* (vgl. Bente & Fromm, 1997) ein. Unter dem Affektfernsehen sind unterschiedliche Sendungen zusammengefasst, die durch Emotionalisierung, Personalisierung und (angebliche) Authentizität charakterisiert werden. Dazu gehören Talkshows, Reality-TV, Gerichtsshow, Do-ku-Soaps und eben auch Erziehungsshow. Die Sendungen dienen gemäss Theunert (2006, S. 73) der reinen Unterhaltung und versuchen mit Tabubrüchen hohe Einschaltquoten zu erzielen. Die vier Hauptargumente gegen das Format *Super Nanny* sind folgende:

- a) *Kinder werden vorgeführt*: Was immer das im Blickpunkt stehende Kind tut, die Kamera wird gnadenlos darauf gerichtet: Egal ob es weint, tobt oder rumbrüllt. Seine Gestik und seine Mimik wird eins zu eins in die Wohnzimmer von Millionen von TV-Zuschauern transportiert. „Das Kind ist Objekt ohne jede Intimsphäre“ (Theunert, 2006, S. 74). Egal aus welchen Motiven die Eltern ihr Einverständnis zur Sendung geben, sie missbrauchen dabei ihre Erziehungsgewalt (Tschöpe-Scheffler, 2005). Die *Super Nanny* selbst, die als Pädagogin oder Psychologin die Problematik dieser öffentlichen Zurschaustellung kennen müsste, weist in keiner Sendung auf diesen Missstand hin.
- b) *Kinder und Eltern werden diskriminiert*: Die Diskriminierung der Kandidaten-Familien verläuft auf unterschiedliche Arten. Sie wird augenscheinlich in den Off-Kommentaren. Hier werden Kinder schon mal als „Satansbraten“ bezeichnet oder der Familienalltag wird als unerträglich dargestellt. Die Szenerien werden zudem oft mit bedrohlicher Musik untermalt. Auch das Verhalten der *Super Nanny* weist zum Teil eine diskriminierende Art auf: „Sie schüttelt den Kopf über die Familienverhältnisse, posaunt ihr Entsetzen über die Kinder und die Eltern unverblümt in die Kamera [...] Sie stört und zerstört die Eltern-Kind-Interaktion als eine Art übergeordnete Macht“ (Theunert, 2006, S. 74).
- c) *Eltern und Kinder werden stigmatisiert*: Der öffentliche Einblick in ein Privatleben ist immer mit individuellen Folgen für die Betroffenen behaftet. So bekommt nicht nur ein anonymes Millionenpublikum die Misere in der Familie mit, sondern auch das nähere soziale Umfeld. Wie begegnen dem vorgeführten Kind Freunde und Klassenkameraden nach der Sendung? Wie wird das Kind später als Jugendlicher auf die Demütigungen reagieren? Betrachtet man die Auswahl der Fälle, welche zu grossen Teilen aus bildungs- und einkommensmässig niedrigen Schichten stammen, kann nicht vorausgesetzt werden, dass sich die Eltern vorgängig mit solchen Fragen auseinandergesetzt haben (Theunert, 2006).
- d) *Die Sendung vermittelt ein falsches Bild der Erziehungsberatung*: Die Interventionen der *Super Nanny* sind kurz und sehr erfolgreich. Die Arbeit von mehreren Wochen wird auf 45 TV-Minuten zusammengeschnitten. Dies vermittelt den Zuschauern ein falsches Bild der professionellen Erziehungsberatung. Dort verlaufen Interventionen nicht nur kurz und erfolgreich, sondern können sich über Monate oder gar Jahre hinziehen (vgl. Cordes, 2000, Gens, 2003). Auch ist in der realen Erziehungsberatung mit allfälligen Rückschlägen zu rechnen (Tschöpe-Scheffler, 2005).

Die oben aufgeführten negativen Aspekte und Auswirkungen der *Super Nanny* korrelieren mit einer gesellschaftlichen Entwicklung, in der alles zum öffentlichen Konsumgut wird, so-

lange es unterhaltsam ist. Die Würde des einzelnen Menschen spielt dabei eine untergeordnete Rolle, er wird als Kandidat/in einer TV-Show zum Medienopfer (Gmür, 2004, 2007).

Zielsetzungen des Forschungsprojekts

Ein Hauptziel der Studie bestand darin, psychologisch fundierte Empfehlungen für die weitere Entwicklung von TV-Sendungen im Bereich des „Erziehungsfernsehens“ abzuleiten. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde die Schweizer Fernsehserie *Super Nanny* analysiert und die positiven und negativen Auswirkungen reflektiert. Der Empfehlungs-Katalog für das zukünftige „Erziehungsfernsehen“ steht auf einem medienethisch und psychologisch standespolitisch soliden Fundament. Die kontrovers diskutierten möglichen langfristigen Effekte der Teilnahme an einer solchen Sendung werden für die Schweiz erstmalig evaluiert.

2. Fragestellungen

Im Folgenden sind die Kernfragen des Forschungsprojektes beschrieben. Auf sie wird im Interpretationsteil (Kapitel 4) Bezug genommen.

Kernfragen

1. Findet durch die TV-Sendung *Super Nanny* eine echte Erziehungsberatung statt? Oder ist das TV-Format dazu nicht wirklich geeignet?
2. Sind die vorgeschlagenen Lösungen nachhaltig? Werden die teilnehmenden Familien im Nachgang weiter betreut? Wenn ja in welcher Art und was sind die Auswirkungen davon?
3. Welches sind die positiven und/oder negativen Nebeneffekte der Sendung für die Beteiligten?
4. Wie wirkt die Sendung auf verschiedene Gruppen von Zuschauern (Fachpersonen, Laien, hoch involvierte sowie niedrig involvierte Personen)?
5. Wo sind die Grenzen des Erziehungsfernsehens? Wie sollte Erziehungsfernsehen gestaltet sein, damit es eine psychologisch fundierte positive Wirkung erzielen kann?

3. Methode

3.1 Perspektiven

Die Schweizer Sendung *Super Nanny* auf dem Fernsehsender 3+ wurde aus drei Blickwinkeln betrachtet.

Aus der Sicht der TV-Zuschauer (Beobachter)

Die Daten wurden durch Analyse (Beobachtung) des Sendematerials generiert.

Die fünf bisher produzierten und gesendeten *Super Nanny* Folgen von TV 3+ wurden im Rahmen einer Bachelorarbeit (Britschgi & Elsener-Elendt, 2008) gemäss den Dimensionen des internationalen Projektes von Grimm (2006) inhaltsanalytisch ausgewertet. Zusätzlich wurden Interviews mit den Verantwortlichen der Sendung geführt, um Hintergründe der Produktionsbedingungen auszuloten.

Ausserdem wurden Ausschnitte aus zwei ausgewählten Folgen einem Fachpublikum (Psycholog/innen, Pädagog/innen) und einem Laienpublikum von je 6-8 Personen ab Video vorgeführt. Im Anschluss an die Darbietung des Sendematerials diskutierten die Probanden in Fokusgruppen die positiven und negativen Aspekte der *Super Nanny*. Die Laiengruppe wurde dabei aufgeteilt in hoch involvierte Personen (die z.B. eine Erziehungsberatung in Anspruch genommen oder einen Elternkurs besucht haben) und niedrig involvierte Personen. Auch wurden in den Fokusgruppen mögliche Empfehlungen für das Erziehungsfernsehen erörtert.

Aus der Sicht der als „Super Nanny“ beteiligten Erziehungsberaterin

Datenerfassung: Qualitativ, auf der Basis eines Leitfadeninterviews mit der Schweizer Super Nanny, Martina Krieg.

Datenauswertung: Inhaltsanalyse nach Mayring (2007)

Aus der Sicht der teilnehmenden Familien:

Datenerfassung: Qualitativ, auf der Basis von Leitfaden-Gruppeninterviews

Datenauswertung: Inhaltsanalyse nach Mayring (2007)

Ziel war es, drei bis fünf der Kandidaten-Familien vom Frühsommer 2007 zur Teilnahme am Forschungsprojekt zu gewinnen, am Ende konnten vier Familien zur Teilnahme gewonnen werden. Bei der Befragung lag die Sendungsproduktion (und damit die Intervention) ein Jahr zurück und die Teilnehmer/innen konnten aus dieser Distanz heraus beurteilen, welche kurz- und langfristigen Effekte aus der Sendungsteilnahme entstanden sind.

Die gewonnen Erkenntnisse aus der Sicht der Teilnehmenden, der *Super Nanny* sowie der Zuschauer/innen wurden zusammengeführt und in Bezug zu anderen Studien (z.B. Grimm, 2006; Rossi, 2005, 2006) und zu Methoden der klassischen Erziehungsberatung wie zum Beispiel dem „Video Home Training“ (vgl. Cordes, 2000; Gens, 2003; Kreuzer & Räder, 1999; Schepers & König, 2000) oder der „Marte Meo Methode“ (Bünder, 2006) gesetzt. Bei der Marte Meo Methode geht es um das Einüben von kommunikativem Verhalten. Der Ansatz stammt aus den Niederlanden. Im Rahmen einer Marte Meo Intervention werden Alltagssituationen auf Video aufgezeichnet und danach mit den beteiligten Personen und einer Fachperson analysiert. Der Unterschied zu einer Super Nanny Sendung besteht natürlich darin, dass dieses Filmmaterial nicht für die Öffentlichkeit bestimmt ist.

3.2 Vorbereitung der Interviews

Mit der Hilfe des Fernsehsenders 3+ wurden die fünf Familien kontaktiert, die bei der schweizerischen Version der Super Nanny mitgewirkt hatten. Hierfür nahm 3+ mit den Familien beziehungsweise den teilnehmenden Müttern Kontakt auf und holte die Erlaubnis ein, die Adressen für das Forschungsprojekt weitergeben zu dürfen.

Danach erhielten die fünf Familien einen Brief von der ZHAW, in welchem das Forschungsvorhaben beschrieben und eine baldige Kontaktaufnahme (nach den schulischen Sommerferien 2008) angekündigt wurde. Vier der fünf Familien sagten gleich bei der ersten telefonischen Nachfrage zu, beim Interview mitzumachen. Lediglich eine der Familien/ Mütter war trotz zahlreichen Kontaktversuchen nicht zu erreichen. Deshalb wurden die Interviews mit vier anstelle von fünf Familien durchgeführt.

Die Interviews fanden bei den Familien zu Hause statt und wurden von zwei studentischen Mitarbeitern geleitet, aufgezeichnet und transkribiert. Die teilnehmenden Familien erhielten zum Dank für Ihre Teilnahme einen 300CHF Gutschein (REKA, Migros oder Coop).

Auch Super Nanny Martina Krieg wurde via E-Mail und telefonisch um ein Interview gebeten, zu welchem sie sich gerne bereit erklärte. Das Interview wurde per Tonband aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert. Es fand in Einsiedeln statt.

(Siehe: Martina Kriegs private Homepage: <http://www.erwachseneundbildung.ch/>)

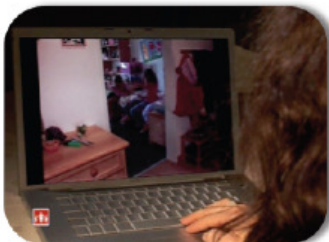
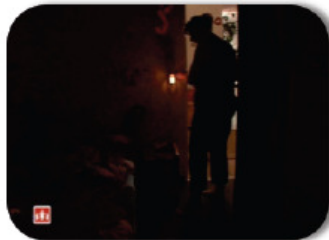
3.3 Vorbereitung der Fokusgruppen

Mit der freundlichen Unterstützung von Fachpersonen aus dem Bereich Elternbildung in der Schweiz wurden für die Fokusgruppen Diskussionsteilnehmer gesucht, welche selbst zu Experten auf dem Gebiet der Erziehungsberatung zählen (Experten), sowie Eltern die bereits Erfahrung mit Erziehungsberatungsangeboten gemacht haben (hoch involvierte Eltern) aber auch Eltern, die noch nie Erziehungsberatung in Anspruch genommen haben (niedrig involvierte Eltern). Den Teilnehmern der Fokusgruppendifkussionen wurde eine gekürzte Version von zwei Folgen der Sendung Super Nanny vorgeführt.

Als Gedächtnisstütze für die Teilnehmer wurden die folgenden beiden Bildfolgen mit Szenen der gekürzten Version der Sendung abgegeben. Die Fokusgruppen wurden mit einem Leitfaden strukturiert (siehe Anhang, 6.3). Das Material wurde per Tonband aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert.

Familie Baumgartner

Mutter Ulrike(42) mit Töchter Jennifer(6) und Samantha(6)



Gedächtnisstütze I der Fokusgruppen

Familie Neuhauser

Mutter Sabrina(30) mit Tochter Jessica(7) und Sohn Joel(5)



Gedächtnisstütze II der Fokusgruppen

4. Ergebnisse

Für die Interpretation der Ergebnisse wurden die im Programm MaxQDA verarbeiteten Interviews im Hinblick auf die Forschungsfragen analysiert.

Anmerkung:

Bei der Beantwortung der Fragen wurde folgende Reihenfolge eingehalten:

Perspektive der Teilnehmer (teilnehmende Eltern)

Perspektive der Zuschauer (niedrig involvierte Eltern/ hoch involvierte Eltern)

Perspektive der Experten (ElternbildnerInnen, PsychologInnen, PädagogInnen)

Perspektive der Super Nanny

Nicht für jede Frage waren Antworten aller Befragten vorhanden.

Beantwortung der Forschungsfragen

1. Findet durch die TV-Sendung Super Nanny eine echte Erziehungsberatung statt? Oder ist das TV-Format dazu nicht wirklich geeignet?

*„Super Nanny ist keine richtige Unterhaltungssendung und
auch keine Informationssendung“*

(Super Nanny Martina Krieg)

Fazit der Sendungsanalyse: (siehe ausführlicher in Britschgi & Elsener-Elendt 2008)

Durch die Sendung Super Nanny kann es zu falschen Vorstellungen über Ablauf und Effekte von Erziehungsberatung kommen. Erziehungsberatung wird und kann in 45-60 Minuten nicht umfassend dargestellt werden. Inhaltliche und formale Grundsätze einer Beratung werden nur teilweise aufgenommen und gezeigt. Der Ablauf der Beratung wird durch die Dramaturgie des TV-Formats geleitet. Positives Verhalten wird als Effekt der Interventionen glorifiziert. Mit der Verabschiedung der Super Nanny wird die Nachhaltigkeit der Interventionen und Erziehungsmaßnahmen impliziert. Wichtige inhaltliche, formale und prozessuale Aspekte der Erziehungsberatung werden nicht aufgenommen. Anhand dieser qualitativen Fernsehanalyse kann gesagt werden, dass die Sendung Super Nanny als eine Art Expertenberatung keine professionelle Erziehungsberatung beschreibt. Grundsätzliche Beratungsstandards werden nicht oder nur ansatzweise eingehalten. Im Fokus steht ein demokratischer Erziehungsstil, der jedoch durch die autoritäre Umsetzung der Erziehungsmaßnahmen überlagert wird. Erziehungsberatung im TV-Format des Affektfernsehens mit Elementen von Reality-TV, Real-People-Formaten und Doku-Soaps darzustellen, steht in einem Widerspruch und kann somit nur diskriminierend abgebildet werden. So steht auch die Erziehungsberatung als Bildungsangebot nicht im Vordergrund, sondern eine Unterhaltungsshow zur Primetime.

Fazit der Interviews:

Die niedrig involvierten Eltern sahen klar seriöse Alternativen zum Super Nanny Format und nannten das Dokumentarfilm-Format als Idee. Es wurde vermutet, dass Erziehungsberatung gar nicht das Kerninteresse der Sendung sei (eher Unterhaltung). Zudem nannten die niedrig involvierten Eltern andere Quellen, die sich besser zur Information eignen als das Fernsehen: Informationsbroschüren der Pro Juventute z.Bsp.

Die hoch involvierten Eltern bewerteten es als fragwürdig, so öffentlich mit „so einer Sendung“ das Thema Erziehung zu bearbeiten. Der Schutz der Kinder wurde betont und die Tatsache, dass sich diese nicht aussuchen könnten, ob sie mitmachen oder nicht. Es wurden Befürchtungen darüber geäußert, wie die Schulfreunde reagieren würden. Die Schwächen der Kinder sollten nicht zur allgemeinen Unterhaltung eingesetzt werden. Die hoch involvierten Eltern fanden vor allem ethische Gründe, für eine Ablehnung von Erziehungsberatung vor einer Kamera. Es seien andere Wege möglich, welche die Intimsphäre schützten.

Die Experten für Erziehungsberatung waren der Meinung, dass es bei weniger gravierenden Problemen innerhalb der Familien (Zuschauer Familien) nicht schaden könne, die Sendung Super Nanny zu schauen. Doch bei gravierenderen Problemen (und hohem Leidensdruck) zweifelten sie den Erfolg der Sendung klar an. Zusammenfassend wurde eine eher skeptische Bilanz gezogen in punkto Erziehungsberatung via Super Nanny. Als Tipp wurde empfohlen, ein Dokumentarfilm Format einzusetzen, wenn Erziehungsberatung überhaupt über das Medium Fernsehen geschehen müsse. Die Experten bezweifelten ausserdem, ob das Publikum der Sendung die Erziehungsberatung der Super Nanny stets verstehe. Sie vermuteten, dass das Publikum nicht nur Unterhaltung möchte, sondern auch von der Sendung profitieren wolle.

Immerhin: Seit es die Sendung Super Nanny gibt, ist Erziehung vermehrt zu einem öffentlichen Thema geworden, und das sei gut so. Die Wahrnehmung von Erziehungsproblemen ist grösser geworden, was die Auseinandersetzung damit begünstige.

Martina Krieg betonte das schwierige Zusammenspiel zwischen Beratung und Aufnahmen. Sie merkte an, Mühe gehabt zu haben, das Endprodukt zu akzeptieren, sie habe keinen Einfluss auf die Auswahl der Szenen gehabt. Super Nanny Martina Krieg empfiehlt Eltern nicht die Teilnahme an einer Sendung wie der Super Nanny, sondern eine 1:1 Beratung oder einen Erziehungskurs.

Zusatz: „Vermittelt die Sendung ein falsches Bild von Erziehungsberatung?“

Thema Alleinerziehende: Sowohl die hoch involvierten Eltern als auch die Experten finden es negativ, dass vor allem alleinerziehende Mütter gezeigt werden. Dies könne den Eindruck erwecken, sie bedürften spezieller Hilfe (auch eine Art Stigmatisierung). Die niedrig involvierten Eltern merkten zudem an, dass auch der Eindruck entstehen könne, es gehe einfacher, ohne Mann.

Nichtanwesende Väter: Die Väter wurden vor allem informiert und nicht miteingebunden, da sie während der Aufzeichnungen arbeiteten. Von einer Mutter wurde bemängelt, dass der Vater die Sendung nicht gut fand und das Vorhaben mangelhaft unterstützt habe.

Fazit der Interviews:

Kommentare der Familien: Die Dauer der Erziehungsberatung und die gezeigte Dauer im Fernsehen kann das Bild verfälschen. Eine weitere Familie erwähnte, dass nie gezeigt wurde, wenn es mit ihrem Sohn einmal gut lief (Auswahl von negativen Szenen). Die Szenen seien generell nicht chronologisch zusammengeschnitten worden. Auch dies könne das Bild von Erziehungsberatung verfälschen.

Die hoch involvierten Eltern sagen deutlich, es werde ein falsches Bild von Erziehungsberatung vermittelt. Die schnellen Erfolge seien nicht realistisch, ermutigten zwar, doch frustrierten wahrscheinlich das Publikum zu Hause oft. Auch die Langzeitwirkung wird stark angezweifelt. Zudem stünden dauernd die Defizite im Vordergrund.

Die niedrig involvierten Eltern bemängeln die Interventionen der Super Nanny die vermitteln, dass mit einer Art Belohnungssystem die Kinder einfach funktionierten und zwar nur mit dem Belohnungsprinzip (Punktekarte). Es brauche nicht für alles eine Belohnung, etwas könne auch selbstverständlich sein (Hilfe im Haushalt o.ä.).

Die Experten hinterfragten das Vorgehen der Super Nanny, das Tempo und die Partizipation der Eltern und die erfolgreiche Zielerreichung, die gezeigt wird. Sie bezweifeln die Nachhaltigkeit stark, dadurch entstünde auch ein falsches Bild. Auch ohne den Bewusstwerdungsprozess bei den Eltern (ja, ich mache etwas falsch) und das Vorsagen der Lösungen durch die Super Nanny entstünde ein falsches Bild von Erziehungsberatung. Die Sendung vermittele das Bild „es darf keinen Streit geben“ doch dies sei falsch. Auch zweifeln sie an, ob die Zuschauer die Tipps der Super Nanny immer verstehen. Bei der Wirkung auf die Zu-

schauer sei es generell so, dass es darauf an komme, wie die Einstellung des einzelnen Zuschauers gegenüber Erziehungsberatung sei.

Schlussfazit: Forschungsfrage 1

Durch die Sendung Super Nanny findet eine Form der Erziehungsberatung statt, die nicht als professionell betrachtet werden und auch keine Erziehungsberatung im klassischen Sinn ersetzen kann. Trotz einiger wirksamer Interventionen sind sich niedrig involvierte Eltern, hoch involvierte Eltern, Experten für Erziehungsberatung und die Super Nanny Martina Krieg einig, dass mit dem Format eher wirtschaftliche als pädagogische Ziele verfolgt werden. Einzig einige der teilnehmenden Eltern stehen dem TV-Format sehr unkritisch gegenüber und sehen für sich keine Nachteile darin, haben laut eigener Aussage profitiert. Allerdings ist dies weniger auf das Fernsehen zurückzuführen als auf die Zuwendung durch Super Nanny Martina Krieg, welche intensiv innerhalb der Familie geschah.

Am kritischsten gegenüber der Sendung äusserten sich Martina Krieg und die hoch involvierten Eltern, und nannten ethische Gründe für ihre Skepsis. Überraschenderweise waren es die Experten, die anmerkten, dass eine Sendung wie die Super Nanny für Eltern in nicht gravierenden Familiensituationen durchaus eine gewisse Hilfestellung bieten könne.

Alternativen zum TV-Format Super Nanny wurde von niedrig involvierten Eltern, hoch involvierten Eltern und Experten für Erziehungsberatung vorgeschlagen. Interessanterweise schlugen sie alle ein Dokumentarfilm-Format (DOK) vor, welches weniger der Unterhaltung diene und sich tiefer mit Fragen der Erziehung befassen könne. Bei der Suche nach weiterführender Lektüre im Bereich der Erziehungsberatung wiesen die niedrig involvierten Eltern zudem auf Informationsbroschüren (Bsp. von Pro Juventute) hin.

Was die Vermittlung eines falschen Bildes von Erziehungsberatung angeht, gibt es hierfür einige Momente, die darauf hindeuten. So ist die Auswahl der Familien mit den alleinerziehenden Müttern sehr einseitig. Auch die Abwesenheit der Familienväter bei den Zwei-Eltern-Familien wird nicht erklärt, der Zuschauer kann nicht wissen, ob der Vater aus mangelndem Interesse nicht dabei sein wollte oder ob berufliche Beweggründe zu diesem Entscheid führten. Aber auch für das Fernsehen typische Mechanismen erschweren es, ein korrektes Bild über die Familiensituation wiederzugeben. Dem Zuschauer wird ein längerer Aufenthalt der Super Nanny in der Familie suggeriert, als es tatsächlich der Fall war¹. Das Filmmaterial wird für eine Folge zudem stark reduziert. So entsteht der Eindruck, Erziehungserfolge seien in einer sehr kurzen Zeit zu erreichen – und dies dauerhaft. Die schnellen Erfolge werden als

¹ 3+ hatte ursprünglich einen Aufenthalt von Super Nanny Martina Krieg von drei Tagen pro Familie vorgesehen. Martina Krieg bestand jedoch auf mindestens vier Tage, die sie mit der Familie verbrachte. In der Sendung ist davon die Rede, dass die Super Nanny eine Woche (sieben Tage) bei der Familie zugebracht hat.

nicht realistisch oder zumindest nicht nachhaltig beurteilt. Sie könnten Teilnehmer und Zuschauer kurz ermutigen doch führten letztendlich zu Frustration.

Der Sendung Super Nanny ist es trotz allem zu verdanken, dass das Thema Erziehung vermehrt öffentlich diskutiert wird. Dies begünstigt nach Meinung der Experten die Auseinandersetzung mit dem Thema Erziehung und ist positiv zu bewerten.

Am deutlichsten unterstrich Super Nanny Martina Krieg selbst die Unvereinbarkeit von Fernsehen und Erziehungsberatung. Sie rät Familien mit Erziehungsproblemen von einer Teilnahme an einer solchen Sendung explizit ab.

2. Sind die vorgeschlagenen Lösungen nachhaltig? Werden die teilnehmenden Familien im Nachgang weiter betreut? Wenn ja, in welcher Art und was sind die Auswirkungen davon?

„Es war wahnsinnig schwierig, dran zu bleiben“.

(Teilnehmende Mutter)

Fazit der Sendungsanalyse: (siehe ausführlicher in Britschgi & Elsener-Elendt 2008)

Durch die Zusammenfassung von einer Woche Beratungsarbeit in maximal 60 Minuten wird die Darstellung einer Erziehungsberatung stark vereinfacht. Gleichzeitig wird impliziert, dass innerhalb einer intensiven Woche umfassende Erfolge mit Nachhaltigkeit möglich sind. Die Ergebnisse der theoriengestützten Untersuchung legen eine Expertenberatung als Grundlage des Konzeptes dar. Eine prozessgeleitete Beratung, in der Handlungs- und Verhaltensspielräume der Eltern erweitert werden können, findet sich in diesem Konzept der TV-Sendung jedoch nicht wieder.

Nachhaltigkeit wird dem Zuschauer lediglich suggeriert.

Fazit der Interviews:

Die teilnehmenden Familien beschrieben den Zustand nach der Sendung als „komisch, einfach wieder so ruhig“. Offenbar wurde die Abwesenheit des Kamerateams als Leere empfunden. Einige der teilnehmenden Familien (einiger der Mütter) nahmen selbstständig Kontakt zu Martina Krieg auf. Auch wandten sich einige Familien an Selbsthilfegruppen und an die Wohngemeinde, um weitere Hilfe zu erhalten, doch nicht alle teilnehmenden Mütter suchten sich aktiv Unterstützung.

Eine Mutter äusserte sich explizit, dass sie gerne weiter den Kontakt zur Super Nanny beibehalten hätte. Eine weitere Mutter hätte sogar eine rein telefonische Beratung angenommen und fand es schade, dass keine weitere Nachbetreuung stattfand.

Dadurch war es generell sehr schwierig für die Eltern, „dran zu bleiben“.

Eine Mutter empfand die Hilfe der Super Nanny als Erleichterung, konnte jedoch die Interventionsvorschläge allein nicht aufrecht erhalten.

In zwei Familien werden Tipps wie der Stille Stuhl oder die Punktekarten noch heute punktuell angewandt. Funktionieren tut es allerdings nur, wenn man „dranbleibt“.

Mangels Durchsetzungskraft und Energie verfielen die Familien rasch wieder in alte Muster zurück (vor allem ohne weiteren Effort, sich professionelle Hilfe zu suchen).

Die niedrig involvierten Eltern merkten an, dass die Nachhaltigkeit der Interventionen stark an die Energiereserven der hauptverantwortlichen Erziehungsperson gekoppelt sei.

Nach den hoch involvierten Eltern wäre es für die Nachhaltigkeit essentiell, dass die Eltern zur Selbstreflexion angeregt würden. Die Nachhaltigkeit sei schwer zu beurteilen, hängt sie doch sehr von der jeweiligen Person und Energie ab. (→ Sie äussern sich skeptisch, doch sagen sie nicht, dass es keine nachhaltigen Effekte geben könne)

Die Experten für Erziehungsberatung hoben in der Diskussion den Punkt der Nachbetreuung als extrem wichtig hervor, bezeichneten die Nachbetreuung sogar als zwingend. Die Experten fanden, die Nachhaltigkeit sei sehr schwer zu beurteilen. Oft wurde die Intervention positiv, die Umsetzung jedoch negativ beurteilt. Sie zweifelten aufgrund ihrer praktischen Erfahrungen sehr an der Nachhaltigkeit.

Super Nanny Martina Krieg fand es nicht in Ordnung, dass keine Nachbetreuung vorgesehen war. Aus Kostengründen waren diese vom Sender her nicht vorgesehen, denn professionelle Erziehungsberatung sei „kein Ziel der Sendung“ gewesen, sondern eine gute Quote. Trotz der vermittelten Strategien bezweifelte Martina Krieg die Nachhaltigkeit der Massnahmen, da die Beratungszeit extrem kurz war und keine Nachbetreuung stattfand. Super Nanny Martina Krieg fand eine nachhaltige Wirkung innerhalb dieser kurzen Zeit schwierig und unrealistisch, merkte jedoch im gleichen Satz an, professionelle Erziehungsberatung sei nicht das primäre Ziel der Sendung gewesen.

Schlussfazit: Forschungsfrage 2

Die Nachbetreuung der teilnehmenden Familien war ganz klar mangelhaft und das Fehlen einer Nachbetreuung wirkt sich unmittelbar auf die Nachhaltigkeit der Massnahmen aus, die Super Nanny Martina Krieg in die Familien einbrachte. Der Mangel wurde von praktisch allen teilnehmenden Familien bedauert. Einige nahmen selbst Kontakt zu Martina Krieg auf, doch vom Sender her war keine weitere Beratung vorgesehen. Die Super Nanny pflegte lediglich mit einer teilnehmenden Familie noch während der Aufzeichnung des Interviews im Herbst

2008 Kontakt. Die Super Nanny selbst war darüber enttäuscht, dass die Familien keine Nachbetreuung erhielten und versuchte auf privater Ebene zu helfen.

Die Selbstinitiative einiger teilnehmender Familien, nach ihrem TV-Auftritt weiterführende Hilfe zu suchen, deutet darauf hin, dass die Erfahrung mit der Super Nanny für sie ein Türöffner zu professioneller Erziehungsberatung gewesen sein könnte. Einige der teilnehmenden Mütter hatten schlicht nicht die Energie, sich weiterführende Hilfe zu suchen, weshalb auch die gelernten Massnahmen nur eine Zeit lang anhielten.

Die Zweifel an der Nachhaltigkeit sind gross, von allen Seiten her. Vor allem die Experten und die Super Nanny selbst äusserten grosse Bedenken und nannten explizit die zu kurze Beratungszeit als Grund dafür („kurzfristige Verhaltenskonditionierung“). Zudem fanden sie es schwierig, die Nachhaltigkeit zu beurteilen, ohne zu wissen, wie sehr die Super Nanny auf intrafamiliäre Muster eingegangen ist (Anmerkung: Martina Krieg selbst sagte, dass sie auf die familiären Strukturen Rücksicht genommen habe).

Die hoch involvierten Eltern hingegen sahen eher in der fehlenden Energie der teilnehmenden Eltern Gründe für die fehlende Nachhaltigkeit. Die Notwendigkeit ebendieser zeigt sich nicht nur in der Empfehlung der Experten für Erziehung, sondern auch in der Tatsache, dass es viel Anstrengung erforderte, innerhalb der Familien nicht in alte Muster zurückzufallen, was dann doch in einigen Familien geschah. Diejenigen Familien jedoch, welche sich selbstständig um weiterführende Erziehungsberatung bemüht hatten, wenden die Strategien der Super Nanny heute noch immer an, haben diese zum Teil auch für sich optimiert (Bsp. Punktekarte adaptiert).

Die Nachhaltigkeit der Massnahmen ist stark an die Energie des Haupterziehers gekoppelt. Eine unmittelbare Auswirkung der nicht angebotenen Nachbetreuung war bei einigen Familien der Rückfall in alte Gewohnheiten. Doch für einen Teil der Familien war der Besuch der Super Nanny trotz fehlender und erwünschter Nachbetreuung ein Ansporn, andere Wege zu suchen, um Erziehungsberatung in Anspruch zu nehmen.

3. Welches sind die positiven und/oder negativen Nebeneffekte der Sendung für die Beteiligten?

„So schön hatten wir es schon lange nicht mehr!“

(Teilnehmende Mutter über die ersten 4-5 Wochen nach dem Besuch der Super Nanny)

a.) Positive Effekte der Sendung für die Beteiligten

Fazit der Interviews:

Teilnehmende Familien: Die Selbstreflexion innerhalb der teilnehmenden Familien fand tatsächlich statt, wie einige der Teilnehmer anmerkten. Sie selbst bewerteten diese Reflexion als positiv. Eine Mutter sagte, dass die 4-5 Wochen nach der Sendung die schönsten Wochen seit langem gewesen seien. Eine weitere Mutter merkte an, nun keine Angst mehr vor ihren Kindern zu haben und mehr Respekt zu erfahren.

Die Mütter berichteten auch positiv von den Erfolgen mit dem Schlafritual und dem Stillen Stuhl und der Auszeit. Besonders positiv fand eine Mutter, dass sie ihren Sohn jetzt nicht mehr so viel anzuschreien brauche, was auch er als positiv empfände.

Die Situation, im eigenen Heim in punkto Erziehung beraten zu werden, sagte den teilnehmenden Familien zu, wurde von einer Mutter gar als „ideal“ bezeichnet. Die Kinder verstanden sich generell sehr gut mit Martina Krieg. Die teilnehmenden Mütter erfuhren mehrheitlich positive Reaktionen zu ihrer Teilnahme, von Unbekannten und ihrem Umfeld. Die Resonanz war generell jedoch nicht hoch. Einige Teilnehmer wurden für ihren Mut gelobt (Bestärkung).

Ein weiterer positiver Effekt für eine teilnehmende Familie: Das Grosi schaue jetzt wieder mehr nach dem Kind, weil es sich besser benimmt.

Einige der teilnehmenden Familien finden, durch ihr „Outing“ im Fernsehen könnten andere Familien vor den Bildschirmen profitieren (es ist OK Hilfe zu suchen). Eine Mutter vermutete, dass die Zuschauer wohl mehr von der Sendung profitieren könnten, als sie selbst als Teilnehmerin. Die teilnehmende Mutter empfand Stolz, als eine Art „Laiendarstellerin“ eine Leistung zugunsten der Zuschauer erbracht zu haben.

Die niedrig involvierten Eltern fanden, Probleme mit der Erziehung gehörten einfach dazu und seien normal. Die Sendung biete dem Publikum die Möglichkeit, in einen fremden Haus-

halt zu schauen und Vergleiche anzustellen. Wenn Eltern zu Hause das Gefühl haben, schlechte Eltern zu sein, dann könne die Sendung sie auch beruhigen.

Die niedrig involvierten Eltern meinten zu den positiven Effekten, welche nach 2-3 Tagen schon sichtbar werden, dass dies tatsächlich möglich sei. Sie fanden auch, dass die Sendung die Normalität von Problemen in der Erziehung aufzeige (realistischeres Bild vermitteln). Die Super Nanny sei ein Anstoss, die Selbstwirksamkeit wiederzufinden und Vergleiche anzustellen.

Sie stellten auch die Vermutung an, dass Leute, die in einem sozial stabilen Umfeld eingebettet sind ganz von allein auf die Ideen kämen, welche die Super Nanny den weniger gut eingebetteten Leuten gibt. Die niedrig involvierten Eltern betonten, dass die Super Nanny in eine Situation hineinkomme, welche über Jahre gewachsen sei. Die Sendung sei eine Chance für Zuschauer, die kleine Veränderungen mitnehmen wollen. Je nach Schweregrad der Situation und wie die Kinder mitmachten, könne die Sendung die Zuschauer zu Hause aber auch frustrieren. Doch die Sendung bringe auf jeden Fall anwendbare Ideen.

Die hoch involvierten Eltern sahen für die teilnehmenden Familien positive Effekte durch die Super Nanny wegen ihrer Funktion als Hoffnungsträgerin, die Hilfe und Unterstützung bringt. Die Familien könnten ihrer Meinung nach von der liebenswürdigen Art der Super Nanny profitieren und würden zur Selbstreflexion angeregt. „Sie bringt Hoffnung, Nähe, erste Hilfe und Beruhigung.“

Im Gegensatz zu den Experten fanden die hoch involvierten Eltern durchaus, dass die Vorschläge der Eltern in die Massnahmen eingebunden wurden (keine zu 100% vorgegebenen Lösungen). Auch die Sichtbarkeit der Erfolge wirke sich positiv auf die teilnehmenden Familien aus. Für die Zuschauer sahen die hoch involvierten Eltern einen positiven Effekt darin, dass sie sich bewusst mit den Inhalten der Sendung auseinandersetzen und Vergleiche anstellen können. Die Super Nanny mache ihnen deutlich, dass Erziehung auch Probleme mit sich bringe und sich helfen zu lassen sei in Ordnung und bringe Besserung. Der folgende Kommentar macht dies besonders deutlich: „Männer nutzen Coaches, bei Hausfrauen ist das nicht üblich“. Die Sendung könne dem Publikum bewusst machen, dass es immer irgendwo Hilfe gibt. Die hoch involvierten Eltern sahen positive Effekte durch die Sendung für diejenigen Zuschauer, die nicht gerne lesen oder sich nicht persönlich beraten lassen möchten (anderer Zugang). Die hoch involvierten Eltern konnten sich gut vorstellen, dass die Sendung die Hemmschwelle abbaue und als Türöffner wirke. Die Sendung vermittele, dass es überall Hilfe gibt. Doch es gäbe bessere Alternativen als das Fernsehen.

Die Experten fanden ebenso, dass die Super Nanny Hoffnung sowie ein Gefühl von Machbarkeit und Wirksamkeit vermittelt. Eingefahrene Situationen würden durch die neue Dyna-

mik, die sie hineinbringt, verändert. Die Interventionen der Super Nanny wurden von den Experten eher positiv beurteilt. Vor allem die einfachen, klaren Lösungswege. Auch erfuhren die teilnehmenden Eltern ihre Selbstwirksamkeit wieder.

In Bezug auf die teilnehmenden Kinder sahen die Experten positive Wirkungen, die Kinder hätten davon profitiert (vor allem die Mädchen). Die Experten merkten an, das Publikum erhalte durch die Sendung ein realistischeres Bild von Erziehung. Sie sahen den Hauptvorteil für die Zuschauer darin, dass diese praktische Tipps lernen können. Die Zuschauer profitieren von den Erfahrungen der Super Nanny. Dabei gingen die Experten davon aus, dass die Zuschauer intrinsisch motiviert sind, etwas zu lernen und sich nicht nur unterhalten lassen wollen. Sie vermuteten, dass die Zuschauer mehr als die teilnehmenden Familien profitieren. Die Experten fanden, dass die gezeigten Familien keine extremen Fälle darstellten und dass eben gerade deshalb der Effekt des Modell-Lernens für die Zuschauer zu Hause gross sein könne. Die Probleme seien ähnlich, man könne sich gut identifizieren.

Martina Krieg sieht positive Effekte darin, dass die Eltern aufgefordert werden „dran zu bleiben“ und dass sie Strategien anwenden lernen können. Die Vorschläge seien von den Müttern auch sehr positiv aufgenommen worden. Auch die Erfahrung, dass die Kinder auch „einfach herzlich“ sein könnten, habe die Mütter bestärkt. Die Mutter-Kind Beziehung sei generell liebevoller und besser geworden.

Schlussfazit: Forschungsfrage 3a

Die Möglichkeit, neue Strategien zu erlernen, empfand Super Nanny Martina Krieg als Hauptvorteil für die teilnehmenden Familien. Auch die Erfahrung, dass das eigene Kind auch „anders“ sein könne, wirke positiv auf sie und bewege sie zur Selbstreflexion. Das Nachdenken über die eigene Situation empfanden denn die teilnehmenden Eltern selbst auch als positiv. Die schnellen Lösungen, welche die Super Nanny offeriert, leuchteten ein und beruhigten die intrafamiliären Situationen, die raschen Erfolgserlebnisse motivierten und bestärkten die teilnehmenden Eltern. Die Situation, direkt in den eigenen vier Wänden beraten zu werden, wurde als sehr positiv eingeschätzt, wobei das Fernsehen dabei eine untergeordnete Rolle spielte. Einige teilnehmende Eltern wurden für ihren Mut, mitzumachen, von ihrem Umfeld und/oder von Unbekannten gelobt.

Lediglich eine teilnehmende Mutter stand der Sendung ganz unkritisch gegenüber und empfand gar keine Nachteile. Drei der teilnehmenden Mütter würden beim Format Super Nanny

wieder mitmachen und die Teilnahme weiterempfehlen. Eine Mutter vermutete, die Zuschauer zu Hause seien die eigentlichen Profiteure der Sendung.

Als Hauptvorteil für die Beteiligten nannten die niedrig involvierten Eltern die Tatsache, dass die Sendung Super Nanny einen Blick in ein fremdes zu Hause ermögliche und somit Vergleichsmöglichkeiten biete. Erziehungsprobleme seien ganz normal und gehörten dazu, dies würde mit der Sendung exemplarisch aufgezeigt. Insofern würde ein realistisches Bild von Erziehungsberatung vermittelt. Zuschauer mit kleinen Problemen könnten durchaus von der Super Nanny profitieren. Es waren jedoch vor allem die hoch involvierten Eltern, die viele positive Aspekte für die teilnehmenden Eltern durch die Begleitung der Super Nanny sahen. Vor allem die rasche Sichtbarkeit der Erfolge sei für die teilnehmenden Familien positiv. Zuschauer der Sendung, welche nicht gerne eine persönliche Beratung in Anspruch nehmen wollen oder ungern lesen, könnten von der Sendung ebenfalls profitieren.

Für die Experten waren die einfachen, klaren Lösungen der Super Nanny sehr positiv und das Selbstvertrauen, welches durch eben diese bei den Eltern gestärkt wurde. Ebenfalls merkten sie positiv an, dass die Kinder mehr Aufmerksamkeit von ihren Eltern und die Eltern von der Super Nanny erhielten. Die Experten vermuteten ebenfalls, dass die Medienpräsenz die Familien positiv beeinflussen könne. Ausserdem äusserten sie die Vermutung, die Zuschauer der Sendung Super Nanny hätten eine intrinsische Motivation, etwas über Erziehungsberatung zu lernen (keine Absicht zur reinen Unterhaltung).

Über die verschiedenen Äusserungen hinweg kann man sagen, dass die Vermutung nahe liegt, die Zuschauer zu Hause profitierten mehr von der Sendung, als die Teilnehmer. Denn die Tipps/ Handlungsvorschläge hätten die teilnehmenden Familien auch ohne das Mitwirken des Fernsehens erhalten können und auch die Selbstreflexion hätte nach einer Beratung ohne mediale Unterstützung erfolgen können. Streng genommen ist der Profit, welchen die teilnehmenden Familien erfahren haben, nicht besonders stark an das TV-Format gekoppelt, sondern an die Leistung der Super Nanny selbst. Die Zuschauer zu Hause jedoch werden zu Beobachtern von Situationen, denen sie ohne die Sendung kaum begegnet wären.

b.) Negative Effekte der Sendung für die Beteiligten

„Der Alltag bremst die Umsetzung“

(hoch involvierte Eltern)

Fazit der Interviews:

Teilnehmende Familien: Die Aufnahmen begannen überraschend schnell nach der ersten Kontaktaufnahme, was für Verblüffung in den Familien sorgte. Die Kinder wurden generell „überrascht“/ „vor den Wagen geschossen“ und merkten erst dann, dass etwas losgeht. Es gab keine Vorbereitung auf die Aufnahmen.

Zwei Mütter erzählten von eher negativen Reaktionen, die sie nach Ausstrahlung der Sendung erfahren hätten (als Rabenmutter angesprochen, Kind als „Super Nanny“ beschimpft worden in der Schule, Gerede hinter dem Rücken). Neben den Dreharbeiten blieben zudem die Hausaufgaben der Kinder liegen. Die Dreharbeiten erzeugten auch Stress. So empfand es eine Mutter als schwierig, dass sie sich wegen dem Zeitdruck zum Teil nicht einmal richtig um ihre Tochter kümmern konnte (wickeln). Es war so anstrengend, dass sie im Garten einen Zusammenbruch erlitt (Stress und Überforderung). 4 Tage am Stück sei nicht optimal, 7 Halbtage wäre besser gewesen.

Generell entstand Stress dadurch, dass Familien und Super Nanny am morgen bereit sein mussten, wenn das TV-Team aus Deutschland² kam. Auch die Pausen waren kurz. Zudem mussten die Wohnungen immer in Ordnung gehalten werden. Die Mütter empfanden es als schwierig, dass sie sich mit der Regisseurin auf hochdeutsch unterhalten mussten und gleichzeitig Kommentare auf Mundart in die Kamera sprechen sollten. (Eindruck: hektisch).

Super Nanny Martina Krieg erfuhr Stress durch die langen Drehtage einerseits, andererseits dadurch, dass die Familien auch noch anderen Sorgen bei ihr „abgeladen“ hätten (psychische Belastung/ endlich ist jemand da der zuhört).

Obwohl die Kinder sich mit Martina Krieg gut verstanden hätten, wurden sie gemäss einer teilnehmenden Mutter ein wenig für die Sendung „instrumentalisiert“ und zu Schauspielern gemacht. Dies habe den Kindern nicht gefallen. Während bei einigen Müttern die Strategien (Schlafritual, Stiller Stuhl, Auszeit) nach eigenen Angaben auch nach der Sendung noch funktionieren, folgten bei anderen Familien auf erste Erfolge grosse Enttäuschungen. Alte Muster nahmen Überhand und etablierten sich wieder. Negative Folgen für die Zuschauer sieht eine teilnehmende Familie darin, dass die Szenenauswahl Dinge auslöst. So weiss der Zuschauer nicht, dass ein Vater sich gerne an der Sendung beteiligt hätte, doch geschäftliche Termine dies verunmöglichten. So entsteht ein falscher Eindruck der Situation. Auch die gestellten Szenen sehen die teilnehmenden Familien als problematisch an wenn es darum geht, den Zuschauern zu Hause ein korrektes Bild zu vermitteln.

² Eine deutsche Produktionsfirma realisierte die Aufnahmen im Auftrag von TV 3+.

Die hoch involvierten Eltern nannten die fehlende Nachhaltigkeit als negativen Punkt für die teilnehmenden Familien. Ausserdem sahen sie eine Gefahr für den Zuschauer darin, dass die Super Nanny stets als leuchtendes Beispiel präsentiert wurde. Das eigene Versagen könnte durch den Zuschauer noch stärker wahrgenommen werden. Sie vermuteten eine bestimmte soziale Schicht als Hauptzielgruppe der Sendung (diejenigen Leute, die das Thema Erziehung eher nebenbei thematisieren und sich dann Schritte überlegen, jedoch die Sendung eher zur Unterhaltung nutzen). Daher erwarten sie keinen Profit bei diesen Zuschauern. „Es gäbe wesentlich bessere Möglichkeiten als das Fernsehen.“

Die Experten störten sich am direktiven Stil der Super Nanny, der fehlenden Zusammenarbeit und den vorgegebenen Lösungen (Kritik an der Art der Interventionen).

Die Experten erwarteten vereinzelt negative Effekte auf das Kind durch die Medienpräsenz vor der Kamera (in der Schule etc). Sie bezweifelten, ob die Super Nanny zu allen Kindern durchdringen konnte. Auch störten sie sich an der Passivität der Mütter, welche die Vorschläge der Super Nanny einfach annahmen. Auch fanden sie, dass die Super Nanny „nicht echt“ gewirkt habe. Die Experten fanden ausserdem, dass die Kinder als „Personen untergehen“ und dass sich ihre Situation in der Familie durch die Teilnahme nicht bessere (kein Glaube an Nachhaltigkeit). Die Experten gehen gar so weit zu sagen, dass die Zuschauer zu Hause denken könnten „das geht ja ganz einfach, aber warum funktioniert das bei mir zu Hause nicht“ – dies führe zu Desillusionierung und Frustration. Die Zuschauer bekämen klar ein nicht realistisches Bild von Erziehungsberatung vermittelt. Höchstens ein ganz kleiner Zuschaueranteil könne profitieren. Auch kritisieren die Experten die Auswahl der Familien (sozialer Status, alleinerziehend etc.). Sie beurteilten auch den Einsatz von versteckten Videokameras (Bsp. im Kinderzimmer) als problematisch und sahen darin eine doppelte Verletzung der Intimsphäre (Kinder können nicht über die Teilnahme entscheiden und werden heimlich gefilmt). Im Gegensatz zu den hoch involvierten Eltern fanden die Experten, dass die Super Nanny vorgefertigte Lösungen einbringe und zu wenig auf die individuellen Umstände innerhalb der Familie eingehe.

Die Super Nanny selbst bekam kein grosses Feedback, war jedoch über die Reaktionen der Zuschauer im Internetforum von 3+ enttäuscht (sie las „diese Mütter müsste man Zwangssterilisieren“ und ähnliche Kommentare). Trotz der gelernten Strategien bezweifelt Martina Krieg die Nachhaltigkeit der Massnahmen, da die Beratungszeit extrem kurz war und keine Nachbetreuung stattfand.

Die Super Nanny selbst findet, das Publikum profitiere nicht besonders von der Sendung – wenn sie so gestaltet wird, wie die Sendung auf 3+. Nur mit mehr Erziehungstipps wäre dies

möglich. Gleichzeitig vermutet sie jedoch, dass sich die Leute die Super Nanny nicht wegen der Erziehungsthematik ansehen sondern aus Gründen der Unterhaltung. Sie vermutet klar eine bestimmte soziale Schicht als Hauptzielgruppe der Sendung. Die Super Nanny nahm sich vor den Aufzeichnungen vor, weder Eltern noch Kinder blosszustellen. Auf die Auswahl der Sequenzen hatte sie am Ende jedoch keinen Einfluss.

„Erneute Teilnahme?“ (Extrapunkt: negative Effekte)

Teilnehmende Familien: Die Meinungen der Mütter sind geteilt. Die einen würden wieder mitmachen (wenn auch nicht sofort), die anderen würden die Sendung einfach weiterempfehlen (und die Teilnahme). Das von 3+ inszenierte Thai Chi war für die eine Mutter gemäss eigener Aussage eher hektisch als erholsam.³

Eine weitere Mutter empfand die Geschenkauswahl an die verschiedenen Mütter für sich ungerecht.

Die hoch involvierten Eltern fragten sich, ob es wirklich so viele Angebote zur Erziehungsberatung in der Schweiz gibt. Offenbar gibt es hier grosse Unterschiede im Wissen um Angebote (wenn man Glück hat, wird man drauf gestossen).

Die hoch involvierten Eltern vermuten Gründe für den mässigen Zuschauererfolg der Sendung in der Schweiz darin, dass sehr einseitige Familienstrukturen gezeigt wurden (Alleinerziehende Mütter).

Martina Krieg würde nicht wieder mitmachen. Die inszenierten Szenen für das Fernsehen seien ein Grund dafür und ein weiterer die „Knochenarbeit“ innerhalb der Familien.

³ Die teilnehmenden Mütter erhielten für ihre Teilnahme ein kleines persönliches Geschenk, bei einer der Mütter war dies eine Thai Chi Lektion, welche einen entspannenden Effekt auf sie haben sollte. Die Lektion wurde auch für das Fernsehen aufgezeichnet.

Stigmatisierung/ Vorführung/ Diskriminierung (Extrapunkt: negative Effekte)

Fazit der Sendungsanalyse: (siehe ausführlicher in Britschgi & Elsener-Elendt 2008)

Der Auslöser für eine Erziehungsberatung ist eine familiäre Notsituation, welcher die Erziehenden nicht mehr gewachsen sind. Alle Ressourcen sind bereits erschöpft und die Situation wird als aussichtslos erlebt. Der Einstieg in die Beratung ist eine eintägige Kennenlern- und Beobachtungsphase, die für einen freundschaftlichen Beziehungsaufbau genutzt wird. Man duzt sich. Daraufhin folgen Beratungsgespräche mit Rückmeldungen und Erziehungsratschlägen der Super Nanny.

Die Anweisungen werden unter Anleitung der Super Nanny von den Müttern direkt umgesetzt. Erfolge der unterstützenden Massnahmen zeigen sich innert Tagen. Nach einer begleitenden Woche sind die Zielsetzungen der Beratung nach Ansicht der Mütter und der Super Nanny erreicht. Die Mütter fühlen sich in ihren Erziehungsstrategien bereichert und die Super Nanny schliesst die Beratung erfolgreich ab.

Dabei werden sowohl die betroffenen Kinder wie auch die Mütter und Väter diskriminierend dargestellt. In folgenden Punkten decken sich die Ergebnisse dieser Studie klar mit den Einschätzungen von Theunert: Das Erziehungsverhalten der Eltern wird nicht reflektiert, für Erziehungsideen wird kein Raum gegeben und die Erziehungsmassnahmen werden von der Super Nanny vorgegeben. Die Eltern-Kind-Interaktion wird durch die 100%ige Anwesenheit und durch das teilweise direkte Eingreifen der Super Nanny beeinflusst. Sie nimmt bei ihren Kommentaren keine Rücksicht auf die Anwesenheit und Situation der Familie. Ihre Anmerkungen richten sich auf die Führung der Zuschauenden aus und sollen nicht dem Beratungsprozess dienen. Die Bedürfnisse, Meinungen und Anliegen der Kinder werden nicht aufgenommen. Im Gesamtbild der Sendung sind die Einseitigkeit der Darstellung sowie die strenge Rollenzuteilung der Beteiligten diskriminierend. Die Kinder werden als Täter und die Eltern als Opfer beschrieben.

Die Kinder haben Schuld an der familiären Notsituation, die Mütter sind hilflos und erschöpft und die Väter werden nur am Rande angehört.

Die Darstellung der Kinder und der Mütter durch die Off-Stimme geschieht in den Schweizer Super Nanny Sendungen nicht mit direkten diskriminierenden Zuschreibungen wie „Satansbraten“. Sie werden jedoch herabgesetzt, in dem die Kinder einerseits als unerträglich und schuldig bis gefährlich, und die Mütter andererseits als ratlos und verzweifelt beschrieben werden. Die Väter werden auch hier nur am Rande erwähnt.

Theunert kritisierte die deutsche Super Nanny für diskriminierende Mimik und Gestik. Aus den Schweizer Super Nanny Sendungen geht hervor, dass die Super Nanny Mimik und Ges-

tik nur wenig und bewusst einsetzt. Demonstratives Entsetzen sowie herablassende Gestik und Mimik direkt in die Kamera gibt es bei TV 3+ nicht. Kommentare der Super Nanny werden im journalistischen Stil an eine nicht sichtbare dritte Person gerichtet.

Das Öffentlichmachen einer Beratung ist an sich ein Widerspruch zu den Maximen einer professionellen Beratung. Eine Familie in Not in ihrem intimen Umfeld unter Bekanntgabe von Name und Wohnort zu publizieren, ist als diskriminierend einzustufen.

Fazit der Interviews:

Eine Mutter gab zu, es sei belastend gewesen, ihren Sohn während der Auszeit schreien zu lassen. Stigmatisiert sei sie sich nicht vorgekommen, jedoch habe sie verlegen reagiert, wenn man sie nach der Sendung darauf ansprach.

Eine weitere Mutter erschrak beim Betrachten der Sendung selbst darüber, wie sie mit den Kindern gesprochen habe, sah sich als Rabenmutter.

Die niedrig involvierten Eltern waren geteilter Meinung, was die Folgen der Sendung angeht. Die einen vermuteten negative Spätfolgen durch die Teilnahme für Eltern und Kinder. Die anderen fanden, die Sendung sei lediglich eine weitere Art und Weise, sich Hilfe zu holen. „Man kann wegen so vielem gehänselt werden...“.

Die hoch involvierten Eltern sahen Probleme in der Gestaltung der Sendung, welche die Defizite betone. Die Ressourcenorientierung käme zu kurz. Während sich die Erwachsenen ausmalen könnten, was ihre Teilnahme bewirkt, müssten die Kinder mehr geschützt werden. „Die Schwächen der Kinder sollten nicht zur Unterhaltung dienen.“

Die Experten sahen im Beispiel eines Knaben eine Stigmatisierung als Problemträger der Familie. Die Sendung habe dies noch potenziert.

Martina Krieg erwähnte, dass das Zusammenspiel zwischen Beratung und Aufnahmen schwierig gewesen sei, Wutanfall-Szenen hätten für die Aufnahmen „wiederholt“ werden sollen. Auf Intervention von Martina Krieg wurde dies aber nicht gemacht.

Schlussfazit: Forschungsfrage 3b

Generell wurde die Gestaltung der Sendung als negativ bewertet, da sie vor allem Defizite betone.

Die Familien waren nicht nur von der fehlenden Nachbetreuung überrascht, sondern gleichermassen von dem sehr plötzlichen Drehbeginn überrumpelt, was vor allem für die Kinder verwirrend war. Vorbereitungen gab es keine. Selbstverständlich hatten die Drehtage Ein-

fluss auf den normalen Familienalltag, was nicht immer positiv gewertet wurde. Stress, Zeitdruck und provozierte Szenen sorgten für Unzufriedenheit innerhalb der teilnehmenden Familien und bei der Super Nanny selbst.

Einige Experten erwarteten negative Effekte auf die Kinder durch ihre mediale Präsenz. Doch lediglich ein Knabe war in der Schule negativ darauf angesprochen worden (Hänselei). Dies dürfte auch damit zusammenhängen, dass der Sender 3+ in der Schweiz eine viel kleinere Einschaltquote erreichte, als die Super Nanny auf RTL⁴.

Der Sendung Super Nanny haftet seit Beginn weg der Vorwurf an, dass die teilnehmenden Familien vorgeführt, stigmatisiert und diskriminiert würden.

Ein Indiz dafür, dass Kinder vorgeführt wurden, ist die Tatsache, dass einige Szenen leicht anprovoziert wurden, um gute Aufnahmen zu bekommen.

Insgesamt sorgten sich die Befragten vor allem um die Kinder, die sich nicht bewusst für den Auftritt in der Sendung entschieden hätten. Das heimliche Filmen der Kinder und die gestellten Szenen sahen die Befragten mehrheitlich als problematisch an. Dies und das bewusste Weglassen oder Neuordnen von Szenen sind Aktionen, welche der Glaubwürdigkeit der Sendung schaden und ein falsches Bild vermitteln.

Unterschiedlich stark wurde der Einfluss der Super Nanny auf die Eltern empfunden, insbesondere bei der Zusammenarbeit. Während die Sendungsanalyse zum Ergebnis kam, dass die Super Nanny keine Rücksicht auf die Situation in der Familie nehme und vorgefertigte Ratschläge anbiete, sahen das nicht alle Befragten gleich. Dennoch wurde die passive Haltung der Mütter von allen Befragten kritisiert. Auch die Off-Stimme mit ihren implizit negativen Kommentaren wurde als negativ bewertet.

Desweiteren wurde die einseitige Auswahl der Familien kritisiert, welche sich negativ auf das Image alleinerziehender Eltern auswirken könne.

Das leuchtende Beispiel, welches die Super Nanny in der Sendung abgibt, könne einerseits zwar motivieren, jedoch auch frustrieren, bei den teilnehmenden Familien wie bei den Zuschauern zu Hause gleichermassen.

Negativ für einige der teilnehmenden Familien war denn auch die Tatsache, dass auf anfängliche Erfolge grosse Enttäuschungen folgten. Dies geschah hauptsächlich bei den Familien, die sich im Anschluss an die Sendung nicht selbst um weitere Nachbetreuung bemühten. Frustrationspotential sahen die Experten auch für die Zuschauer zu Hause, da die Effekte im Fernsehen suggerierten, es gehe alles ganz leicht. Auch die Super Nanny sieht kein grosses Profitpotenzial für die Zuschauer der Sendung, solange die Sendung auf die Art ges-

⁴ Zu den effektiven Marktanteilen der Super Nanny Sendung auf TV 3+ war kein Zugang möglich.

taltet werde, wie sie dies erfahren habe. Sie würde persönlich nicht ein zweites Mal mitmachen.

Trotz aller Kritik erwarteten die Befragten für die teilnehmenden Familien neben der möglichen Ernüchterung und Enttäuschung keine gravierenden Spätfolgen durch die Sendung. Auch für die Zuschauer der Sendung zu Hause werden keine gravierenden Folgen durch die Sendung erwartet. Einzig bei einer unkritischen Rezeption könnten die Zuschauer Gefahr laufen, die demonstrierten Erfolge 1:1 hinzunehmen und bei der Umsetzung in der eigenen Familie Misserfolge zu erfahren.

4. Wie wirkt die Sendung (und die Person Super Nanny) auf verschiedene Gruppen von Zuschauern?

„Sie kommt mit dem Werkzeugkoffer.“

(Experten über die Super Nanny)

Eindruck der teilnehmenden Familien: Trotz Skepsis war die Erfahrung für die Familien eine Gute. Martina Krieg empfanden sie als kompetent und sympathisch, die Zusammenarbeit sei angenehm gewesen. Der herzliche Umgang mit den Kindern wurde besonders geschätzt.

Eine der Mütter hat von der Super Nanny vor Ort mehr profitiert, als von Erziehungsberatung, bei der man nur mit Gesprächen arbeitet.

Eindruck der niedrig involvierten Eltern:

Auf die niedrig involvierten Eltern wirkte der Einsatz der Super Nanny in der gegebenen Zeit sehr oberflächlich.

Positiv fanden die niedrig involvierten Eltern, dass die Super Nanny erst beobachtet, dann interveniert habe. Sie habe eine ruhige Art gehabt und gezeigt, dass Selbstreflexion ein Teil guter Erziehungsberatung ist. Sie sehen sie als Fachperson. Ihre Menschlichkeit werten sie positiv. Doch sie sehen sie auch als jemand, der „Pflaster auf offene Wunden klebt“. (→ Dies liegt wohl weniger an der Person von Martina Krieg sondern am Konzept der Sendung) Sie schauen sich die Sendung lieber in der deutschen Fassung an, da diese „actionreicher“ ist. Die niedrig involvierten Eltern kritisierten die Person Martina Krieg insgesamt am stärksten. Ihre Präsenz im Fernsehen wurde besonders kontrovers diskutiert. Gleichzeitig sind sie sich bewusst, dass es keine leichte Aufgabe war, die sie zu bewältigen hatte. Martina Krieg als Person kommt jedoch besser an als die deutsche Super Nanny Katja Saalfrank mit ihrer strengen Art.

Eindruck der hoch involvierten Eltern:

Martina Krieg wird als sehr liebenswürdig empfunden, zurückhaltend. Sie hat sich mit den Familien gut beschäftigt, mit Müttern und Kindern. Ihre Glaubwürdigkeit steigt mit der Vielfalt der Interventionen. Die Meinungen der hoch involvierten Eltern sind insgesamt geteilt doch zusammenfassend wird mehr Positives über die Super Nanny gesagt. Ihre Menschlichkeit wird gelobt und ihre Funktion als „Hoffnungsbringerin“ hervorgehoben.

Super Nanny zu ihrer Teilnahme: Super Nanny Martina Krieg hat sich bereits vor, aber auch während der Sendung sehr viele selbstkritische Überlegungen zur Sendung gemacht. Sie versuchte ihr Bestes, um unter den gegebenen Umständen den Familien zu helfen. Weiterführende Tipps gehörten auch dazu. Sie würde jedoch nicht wieder mitmachen, bewertet den Aufwand und den Erfolg als negativ. Sie empfiehlt klar 1:1 Beratungen.

Eindruck der Experten:

Die Expertenmeinungen gehen auseinander. Sie sind sehr skeptisch gegenüber der Sendung eingestellt, implizit eher negativ als positiv. Gute Seiten werden durchaus gesehen, doch überwiegt die Kritik. Viele der Kritikpunkte haben jedoch weniger mit der Person Martina Krieg zu tun, als mit dem Sendungskonzept.

Zusatz: „Vergleich D/CH Super Nanny“

Die niedrig involvierten Eltern beschrieben die Super Nanny (CH) als vergleichsweise langweilig und nicht sehr durchsetzungsstark. Die deutsche Super Nanny hingegen wurde als peppiger und präsenter beschrieben. Es wurde gemutmasst, dass die Unterschiede im Gesamteindruck der Sendungen auch am unterschiedlichen Budget liegen könnten.

Die hoch involvierten Eltern fanden es nicht leicht, die deutsche Super Nanny mit der schweizerischen Super Nanny zu vergleichen. Dennoch wurde erwähnt, die CH Super Nanny sei „braver“ als die deutsche Fassung und dass die Probleme der Familien dieselben seien. Kritisiert wurde die Auswahl der CH Familien (in D besser gelungen).

Die Experten lobten Martina Krieg für ihre respektvolle aber kritische, jedoch nicht bevormundende Art. Sie stellten fest, dass keine aussergewöhnlichen Erziehungsprobleme gezeigt wurden (nicht so extrem wie in D) sondern normale Familienprobleme.

Super Nanny Martina Krieg hatte von Anfang an ein negatives Bild von der Super Nanny, wie sie in Deutschland produziert wird. Sie versuchte, die schweizerische Version anders zu gestalten und wehrte sich gegen die absichtlichen Provokationen (inszenierte und nachgestellte Szenen).

Schlussfazit: Forschungsfrage 4

Die hoch involvierten Eltern bewerteten die Sendung und das Auftreten von Super Nanny Martina Krieg insgesamt am positivsten, die Experten und niedrig involvierten Eltern waren geteilter Meinung. Einig waren sich jedoch diese beiden Zuschauergruppen darin, dass sie sehr herzlich aufträte. Am heftigsten wurden die dramaturgisch eingesetzten Elemente der Sendung kritisiert, welche typisch für das TV-Format sind (Off-Stimme, implizite Vorwürfe durch die Off-Stimme, Musikauswahl, Setting). Aus dieser Kritik entstanden direkt Ideen für eine bessere Umsetzung mit mehr Vorteilen für Teilnehmer und Zuschauer (DOK Format).

Am kritischsten bewertete Martina Krieg selbst die Sendung und auch ihre Leistung unter den gegebenen Umständen. Es wurde ganz deutlich, dass sie eine andere Vorstellung von Erziehungsberatung im Fernsehen hatte und über das Format enttäuscht war. Sie bedauerte, dass sie wenig Einfluss auf die Gestaltung der Sendung und noch weniger auf das Endprodukt hatte.

Die schweizerische Super Nanny schneidet in den allermeisten Äusserungen von Eltern und Experten besser ab, als die deutsche Super Nanny. Sie geht in ihren Augen respektvoller mit den Eltern und den Kindern um, es werde eine Wertschätzung deutlich, keine Bevormundung. Die deutsche Fassung der Sendung wird jedoch als „actionreicher“ bewertet, es werden auch wirkliche Problemfamilien gezeigt, während die schweizerische Fassung „normale“ Probleme in den Familien aufzeigt. Super Nanny Martina Krieg vermutete, dass genau dieser Unterschied auch zum geringen Erfolg der schweizerischen Fassung geführt habe („zu harmlos“).

5. Wo sind die Grenzen des Erziehungsfernsehens? Wie sollte Erziehungsfernsehen gestaltet sein, damit es eine psychologisch fundierte positive Wirkung erzielen kann?

„Die Zeit war zu kurz, die Tipps konnten sich nicht ‚einschleifen‘...“

(Teilnehmende Mutter über das Format)

Fazit der Sendungsanalyse: (siehe ausführlicher in Britschgi & Elsener-Elendt 2008)

Der fokussierte Erziehungsstil der Super Nanny deckt sich mit den Ergebnissen der Studie von Grimm. Das Gedankengut des demokratischen Erziehungsstils findet sich in den Kommentaren der Super Nanny und zu einem grossen Teil in den Ansätzen der Erziehungsmassnahmen wieder. In der Art der Umsetzung nehmen jedoch autoritäre Aspekte wie eine starke Kontrolle und starke Führung überhand, hervorgerufen durch eine erfolgsorientierte Erwartungshaltung der Super Nanny und den engen Zeitrahmen. Demokratische Gesichtspunkte wie Partizipation und aktives Miteinander aller Familienmitglieder werden nicht unterstützt und gehen verloren.

Die Ambivalenz eines demokratischen Gedankenguts und einer autoritären Umsetzung ist möglicherweise auf das Beratungskonzept des TV-Senders zurück zu führen. Erziehungserfolge sollen in Zusammenarbeit mit einer professionellen und sympathischen Beraterin mit zeitgemäsem, fachlichem Hintergrund innerhalb von einer Woche gezeigt werden können. Aus dem Konzept der TV-Sendung „Super Nanny“ geht hervor, dass der Sender 3+ einen Beitrag zur Elternbildung leisten möchte. Das wird zusätzlich dadurch unterstrichen, dass eigens dafür eine ausgewiesene Fachperson die Rolle der Super Nanny übernimmt. Das Erziehungsverhalten der Eltern wird grundsätzlich durch Selbstbeobachtung, Selbstreflexion und Selbsterziehung positiv beeinflusst. Ergebnisse der Analyse bringen jedoch hervor, dass kaum Übereinstimmungen in den ausgestrahlten Sendungen zu den anerkannten Konzepten der Elternbildung nach Tschöpe-Scheffler auszumachen sind. Punkte wie Beobachtungs- und Selbstreflexion werden nur ansatzweise, Unterstützung von Netzwerken und das Hinterfragen von biografischen Erfahrungen überhaupt nicht aufgegriffen. Informationen und Wissensvermittlung fliessen über die Super Nanny als Expertin mit in die Beratung ein. Weitere Quellen werden nicht aufgezeigt.

Es kann davon ausgegangen werden, dass vom ersten Kontakt vor den Filmaufnahmen bis zum letzten Kontakt nach den Filmaufnahmen Beratungsgespräche stattgefunden haben, die

in den komprimierten Sendungen nicht dargestellt werden. Bezugnehmend auf die gezeigten Aspekte einer Erziehungsberatung kann gesagt werden, dass Erziehungsberatung nach einem professionellen Verständnis nicht adäquat wiedergegeben wird. Wichtige Überlegungen aus der Perspektive einer professionellen Erziehungsberatung wie Datenschutz, Settingwahl, Beziehungsgestaltung, Beratungsvereinbarung und Einsatz der Interventionen werden nicht durchgehend bedacht. Im Vordergrund steht vielmehr die Ausgestaltung einer attraktiven Fernsehsendung im Stil des Affektfernsehens mit Aspekten von Reality-TV, Real-People-Formaten und Doku-Soaps.

Fazit der Interviews:

Teilnehmende Eltern: Eine der Mütter hätte es lieber gehabt, wenn die Super Nanny an mehreren Halbtagen gekommen wäre. Eine Nachbetreuung via Telefon für 4-5 Monate hätte sie für eine gute Lösung gehalten.

Eine weitere Mutter schlug vor, die Super Nanny hätte nach einer Woche nochmals kommen können, jedoch ohne Kameras. So hätte die Situation beobachtet und bewertet werden können. Eine weitere Mutter brachte stark zum Ausdruck, dass sie gerne die Veränderungen der Erziehungsmethoden und deren Funktionieren/ Nichtfunktionieren zu einem späteren Zeitpunkt besprochen hätte. Einzelne Methoden würden längerfristig nicht greifen.

Nur eine Mutter sah keinen Änderungsbedarf, für sie war alles ideal.

Ein genereller Wunsch der Mütter war jener einer Nachbetreuung, egal ob durch Martina Krieg oder jemand anderes.

Positiver Effekt des Erziehungsfernsehens: Selbstreflexion für Eltern und Kinder – sogar ein Kind hat sich nach Betrachtung der Folge gefragt „war ich so?“. Bei den Eltern kam dies noch deutlicher zur Sprache, sie haben sich tatsächlich Gedanken über ihre Art der Erziehung gemacht. Einige Eltern nutzen die DVD mit ihrer Super Nanny Folge auch im Nachhinein noch, um sich der Situation von damals bewusst zu werden und gelernte Massnahmen wieder richtig anzuwenden.

Ein Dokumentarfilm Format (DOK) wurde als alternative Art der Umsetzung der Sendung vorgeschlagen.

Im Fokus der niedrig involvierten Eltern stehen klar seriöse Alternativen zum Format Super Nanny, das Dokumentarfilm-Format wird als Beispiel genannt. Und es wird vermutet, dass Erziehungsberatung gar nicht das Kerninteresse der Sendung ist (Vermutung: eher Unterhaltungsaspekt). Zudem schlagen sie ganz andere Quellen zur Information vor als das Fernsehen, etwa Informationsbroschüren der Pro Juventute. Die niedrig involvierten Eltern zeigten sich bei der Suche nach Alternativen zu einer Sendung wie Super Nanny sehr kreativ. Betroffene Eltern sollten in ihrem Umfeld Unterstützung suchen, mit Gleichgesinnten das Gespräch suchen und Gebrauch von Krippen und Horten machen, für die eigene Entlastung. Die niedrig involvierten Eltern fordern mehr Qualität und mehr Strategie beim Sendekonzept. Auch sie schlagen ein DOK Format vor. Die niedrig involvierten Eltern können sich eine Beratung vor Ort mit Video oder ohne gut vorstellen, da es eine andere Situation sei, wenn es direkt zu Hause geschehe (im Gegensatz zur Erziehungsberatung in einer Praxis). Es sei so „weniger theoretisch“.

Hoch involvierte Eltern: Die Meinung der hoch involvierten Eltern war, dass längerfristige Unterstützungen realistischer als das TV-Format sind. Die Super Nanny diene mehr als Unterhaltung. Jedoch wird die Schwierigkeit angesprochen, an Informationen zur Erziehung zu gelangen. Es wurde rege darüber diskutiert, ob man sich gleich verhalten würde, wenn keine Kamera auf einen gerichtet ist. Oder wenn die Super Nanny im Haushalt berät, ohne dass dies später ausgestrahlt würde. Die hoch involvierten Eltern konnten sich vorstellen, dass man unter Beobachtung weniger spontan reagiere und sich besser im Griff habe. Es wurde auch vermutet, dass man sich nicht „fünf bis acht Tage zusammennehmen kann“ und sich anders benimmt. Bei der Frage, ob sie selbst auch Erziehungsberatung mit Kamera in Anspruch nehmen würden, reagierten die hoch involvierten Eltern verschieden. Die einen lehnten dies total ab und verwiesen auf andere Möglichkeiten der Erziehungsberatung, welche die Privatsphäre nicht so tangierten. Andere zeigten sich an der Aufnahme mit Kamera interessiert (ohne Ausstrahlung), um die Situation nachher ansehen zu können. Die Kamera könne ein unterstützendes Auswertungsvehikel für Reflexionen sein. Die hoch involvierten Eltern würden gerne andere Familienzusammensetzungen sehen, nicht nur allein erziehende Mütter.

Die Experten machten vor allem Verbesserungsvorschläge. Das Fernsehen könnte noch weiter vermitteln (Tipps geben), und zeigen wo man sich als Elternteil hin wenden kann. Man könne so die Hürde etwas abbauen. Es wird zusammenfassend eher eine skeptische Bilanz gezogen. Und als Tipp wird hinzugefügt, dass ein Dokumentarfilm-Format besser geeignet wäre für Erziehungsberatung im Fernsehen. Die Experten bemängelten sowohl die Aufbereitung der Sendung durch die Off-Stimme als auch die Untermalung der Szenen mit Musik.

Zudem wurde der Vorschlag gemacht, Schauspieler anstelle von realen Familien einzusetzen oder aber ein DOK Format zu bevorzugen. Auch die Tatsache, dass vor allem sozial schlechter gestellte Familien an der Sendung mitwirkten, wurde diskutiert. Vorschlag: Pro Juventute (und deren DVD bspw.) mit einbeziehen. Neben dem Vorschlag, das Ganze als DOK-Format aufzugleisen betonten die Experten, dass die Sendung nicht reisserisch sein dürfe. Die Experten haben schon Anfragen bekommen, wo die Leute genau nach einer Beratung mit Videoaufnahme (ohne Ausstrahlung) gefragt haben. „Machen Sie das auch, kommen sie doch mit der Kamera vorbei...“. Es scheint ein Interesse daran zu bestehen, eine Situation aufgezeichnet betrachten zu können.

Martina Krieg betont, dass alles viel langfristiger geplant werden müsse. Nach einigen Wochen würde sie gerne nachsehen gehen, wie die Familien zu Recht kommen. Doch sie räumt gleichzeitig ein, dass dies mit dem TV-Format wohl nicht zu bewerkstelligen sei (finanzielle Gründe).

„Einfluss des Fernsehens:“ (Extrapunkt)

Einfluss des Fernsehens: das Fernsehen hat vor Ort – so die teilnehmenden Familien und die Super Nanny – wenn überhaupt nur ganz zu Beginn einen Einfluss auf das Verhalten von Eltern und Kindern gehabt. Zuerst sei die Situation seltsam gewesen, man habe aber rasch die Kameras um sich herum vergessen. Das Team wurde als sympathisch beschrieben, der Umgang sei gut gewesen. Nur der rasche Aufnahmestart (schon eine Woche nach Kontaktaufnahme) kam für einige Teilnehmer überraschend. Tatsache ist jedoch, dass das TV-Team bewusst Situationen provozierte, damit auch mal „geschumpfen“ werden konnte und das erwünschte Filmmaterial entstand. Dies belegen Aussagen einer Mutter und der Super Nanny, die mit dem Vorgehen nicht einverstanden war und sich wehrte, Szenen dieser Art heranzurufen. Sie setzte sich schützend für die Familien ein, was das TV-Format mit den Aufnahme- und Auswahlmethoden anbelangt.

Martina Krieg gab zu nicht gewusst zu haben, dass im Fernsehen so viel inszeniert werde.

Schlussfazit: Forschungsfrage 5

Die Grenzen des Erziehungsfernsehens beginnen offenbar an dem Punkt, an welchem der Unterhaltungsaspekt hinzukommt. Eine Vermischung von Education und Entertainment zu Edutainment scheint für eine ernstgemeinte Erziehungsberatung eher ungünstig. Die Unvereinbarkeit der wirtschaftlichen Interessen eines TV-Senders mit den rein pädagogisch orientierten Absichten von Erziehungsberatung ist ein vieldiskutierter Punkt. Vor allem Super Nanny Martina Krieg erfuhr diesen Konflikt hautnah, als sie versuchte, den Familien eine seriöse Hilfestellung anzubieten. An ihre ersten Grenzen stiess sie bereits mit ihrem Einwand, die eingeplante Zeit für die Dreharbeiten sei viel zu kurz. Zwar wurde die ursprünglich veranschlagte Zeit um einen Tag verlängert, doch änderte sich damit nicht viel an der Tatsache, dass die Erziehungsberatung zu kurz und zu konzentriert in den Familien erfolgte. Fraglich ist auch, in wie weit man seriöse Erziehungsberatung für die Fernsehzuschauer betreiben kann, wenn die Szenenauswahl nach Gesichtspunkten einer möglichst hohen Zuschauerquote getroffen wird.

Ein weiterer Reibungspunkt war auch die nicht vorgesehene Nachbetreuung der teilnehmenden Familien, die nach Meinung aller Befragten zwingend nötig oder zumindest sehr erwünscht gewesen wäre. Ideal wäre auch ein Besuch der Super Nanny zu einem späteren Zeitpunkt gewesen um zu sehen, wie die Familien unterdessen zu Recht kommen. Finanzielle Beweggründe machten eine Nachbetreuung jedoch unmöglich.

Auch kam der Schutz der Privatsphäre von Eltern und vor allem Kindern zur Sprache. Aus diesem Grund wurden zwei Verbesserungsvorschläge eingebracht. Zum einen könnte eine Sendung im Dokumentarfilm-Format (DOK) oder inszenierte Szenen mit Schauspielern (wie bspw. in der Sendung „Zwei bei Kallwass“, SAT 1) ein realistischeres Bild der Erziehungssituation in einer Familie wiedergeben, da diese nicht auf Unterhaltung ausgerichtet sei.

Ein weiterer Vorschlag plädierte zwar für den Einsatz einer Super Nanny, jedoch ohne den Einsatz von Kameras. Die Beratung innerhalb einer Familie sei sehr sinnvoll, da sie die reale Situation wiedergebe. Auch Aufzeichnungen seien in Ordnung, jedoch nicht für die Öffentlichkeit bestimmt, sondern für die Reflexion in einer Sitzung mit einer Fachperson und den Eltern/ den Kindern. Wollte man die Sendung wirklich verbessern, müsse man zudem auf eine ausgeglichene Auswahl der Familien achten. Ausserdem könne das Fernsehen auch auf Stellen hinweisen, bei denen sich Familien in ähnlichen Situationen um Hilfe bemühen könnten. Zudem solle man neben dem TV-Format Super Nanny die Möglichkeit von Informationsbroschüren etc. nicht vergessen.

Offenbar scheint sich das TV-Format in die Köpfe einiger Eltern eingeprägt zu haben, welche eine klassische Erziehungsberatung in Anspruch genommen haben. So berichteten einige

Experten davon gefragt worden zu sein, ob sie ebenfalls die Dienste einer Super Nanny anbieten würden.

5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen



Quelle: TV 3+

Der Kommunikationswissenschaftler Jürgen Grimm (2006: 225f) war bei seiner international vergleichenden Studie zum Schluss gekommen, „...dass das Nanny-TV mehr Chancen als Gefahren in sich birgt, solange Jugendschutzkriterien und die professionelle Qualität der Beratung gewahrt bleiben.“ Unsere Studie aus erziehungs- und medienpsychologischer Optik kommt aufgrund der Analyse der Schweizer Ausgabe der Supernanny zu einem etwas anderen Fazit: Wir haben den Eindruck gewonnen, dass mit dem Format Live-Life-Drama gar keine professionelle Erziehungsberatung stattfinden kann und dass die teilnehmenden Kinder und Eltern zwangsläufig in diskriminierender Weise dargestellt werden, auch wenn die Erziehungsberaterin, welche die Supernanny verkörpert, sich um einen respektvollen Umgang mit den Ratsuchenden bemüht. Dass das Thema „Erziehung“ durch die Sendung in den letzten fünf Jahren an gesellschaftlicher Aufmerksamkeit gewonnen hat und der Erziehungsdiskurs intensiviert wurde, ist eine Einschätzung von Grimm, die wir auf der Basis der Befragungen von Experten und Publika aus der Schweiz stützen können.

Der Schweizer Privatsender 3+ verzichtete auf eine zweite Staffel, da die Sendung nicht den erhofften Erfolg beim Publikum brachte. Der Marktanteil zur Hauptsendezeit erreichte nur

3,6%, da die Supernanny mit beliebten Angeboten wie „Desperate Housewives“ oder „Grey’s Anatomy“ konkurrieren musste (ZISCH Zentralschweiz online, 22.8.2007).

Die Schweizer Umsetzung war weniger reisserisch und provokativ als zum Beispiel die Version von RTL, welche dem Publikum bei den Interviews als Bezugspunkt immer präsent war. Die Schweizer Supernanny versuchte, wenn immer möglich, inszenierte Szenen zu vermeiden, konnte aber die Zuspitzung und Neuinterpretation von Szenen durch Auslassungen und die Montage in nicht-chronologischer Form nicht beeinflussen. Für die teilnehmenden Familien war denn die Konfrontation mit der fertigen Sendung teilweise überraschend bis hin zu beschämend. Dennoch scheint bei den Teilnehmenden insgesamt der Stolz vorzuherrschen, für die Zuschauenden als „Laiendarsteller“ etwas Sinnvolles geleistet zu haben. Die Nachhaltigkeit der Erziehungsberatung war nur erkennbar, wenn die Teilnehmenden aus eigener Initiative weitere Beratung in Anspruch nahmen. Dass eine Nachbetreuung vom Sender nicht vorgesehen war, muss aus medien- und berufsethischer Sicht entschieden kritisiert werden. Für Fernsehanbieter, welche reale Personen in Sendungen darstellen, die in Krisen- und Grenzsituationen leben oder durch die Sendungs-dramaturgie in eskalierende Situationen geraten, ist zu fordern, dass sie eine sorgfältige Vorbereitung und Nachbetreuung der Teilnehmenden sicher stellen.

Insbesondere Kinder, welche offenbar oft ungefragt „ins kalte Wasser geworfen“ wurden, haben einen Schutz ihrer Intimsphäre nötig und sollten nur einbezogen werden, wenn sie selbst ihr Einverständnis zur Teilnahme geben konnten. Das ist natürlich bei Kindern im Vorschulalter besonders schwierig sicher zu stellen.

Die Zuschauenden erklärten, dass sie im Hinblick auf die Vermittlung von Informationen und Rat zum Erziehungsverhalten alternative Sendungsformen vorziehen würden: Entweder ein Dokumentarfilmformat, das weniger auf Unterhaltung ausgelegt ist oder eine Nachinszenierung typischer Familiensituationen mit Schauspielern. Wahrscheinlich würde damit ein eher bildungsnahes Publikum erreicht und ein eher unterhaltungsorientiertes Publikum, welches beiläufig Tipps erfahren möchte, nicht angesprochen.

Der Vergleich von Erziehungsberatung in der Supernanny-Sendung mit einer Erziehungsberatung im Alltag wirft eine grundsätzliche medienpsychologische Frage auf: Kann man von einer als Edutainment konzipierten Sendung überhaupt erwarten, dass sie einen Prozess aus dem Alltag „eins zu eins“ abbildet? Doelkers Modell der „drei Wirklichkeiten“ weist bereits darauf hin, dass Fernsehen die faktische Realität durch die Abbildung zwangsläufig umbildet (Doelker 2005: 77). Die medienkompetenten Zuschauenden sollten sich also in jedem Fall bewusst sein, dass Erziehungsberatung in einer solchen Fernsehsendung nur „angedeutet“ werden kann und man einfach „die Grundidee“ vermitteln kann, dass auch verfahrenere Erziehungssituationen durch professionelle Unterstützung verbessert werden können. Idealerweise werden Ratgebersendungen – wenn sie denn tatsächlich diese Funktion haben

sollen – von einem Medienverbund begleitet, d.h. dass weiterführende Informationen auf der Website des Senders angeboten werden oder dass parallel zu den Sendungen Elternbildungsanbieter und Erziehungsberatungsstellen Kampagnen starten, welche die möglicherweise gesenkte Hemmschwelle zur Beratung aufgreifen.

6. Anhang

6.1 Weitere Publikationen im Kontext des Projektes

Daniel Süss/Gregor Waller

Erziehungsberatung als öffentliches Spektakel? Analysen zur Fernseh-Super Nanny

(Dieser Text ist erschienen in: Tomkowiak, Ingrid / Egli, Werner (Hrsg.) (2008): Intimität. Zürich: Chronos, S. 101-115.)

Einleitung

Die TV-Sendung *Super Nanny* kann dem Real-People-Format zugeordnet werden.ⁱ Reale Personen werden in ihrem Alltag mit der Kamera begleitet. Die Aufzeichnungen werden so geschnitten und formal aufbereitet, dass eine spannende und unterhaltsame Geschichte entsteht. Die TV-Serie *Super Nanny* stammt ursprünglich aus Grossbritannien, wo sie im Juli 2004 auf Channel 4 erstmals ausgestrahlt wurde.ⁱⁱ Das Format wurde in der Folge von RTL für Deutschland übernommen. In Ländern wie Österreich, den USA, Australien, Brasilien, Frankreich, Spanien, Polen und der Schweiz wurde die Show ebenfalls adaptiert und ausgestrahlt. Inhaltlich ist das Konzept in allen Ländern mehr oder weniger gleich: Gestresste und überforderte Eltern, die in der Kindererziehung nicht mehr weiterwissen, wenden sich an die Super Nanny. Diese besucht die Familien mit einem Kamera-Team zu Hause, beobachtet die Szenerie und gibt vor laufenden Kameras ihre Erziehungsempfehlungen ab. Neue Regeln werden aufgestellt und durchgesetzt. Anfängliche Erfolge bei der Umsetzung werden meist von Rückschlägen abgelöst. Aber praktisch immer wird nach 45 Sendeminuten ein «Happy End» erreicht. Nach ein bis zwei Wochen der Intervention verlässt die Super Nanny die Familie wieder und hinterlässt eine «funktionierende Familie».ⁱⁱⁱ Dieser Sendungsablauf ist vorgegeben und erfüllt die Erwartungen der Zuschauer im Hinblick auf das Bedürfnis nach Geschlossenheit.^{iv} Es ist eine Heldengeschichte mit klassischer Dramaturgie. Fernsehshows in der Art von *Super Nanny* werden auch als Live-Life-Dramen bezeichnet, deren Ursprung auf die Nachmittagstalkshows der 1990er-Jahre zurückgeht.^v

Fernseh-Super-Nannys erscheinen als Mischung von Mary Poppins und Drill Instructor. Was können solche Erziehungsberaterinnen vor laufender Kamera bewirken? Sind sie hilfreich für die beteiligten überforderten Familien und für die ratsuchenden ZuschauerInnen? Oder ist es für die ZuschauerInnen primär ein unterhaltsames Spektakel, das Schadenfreude auslöst und Voyeurismus befriedigt? Und werden die teilnehmenden Kinder und Eltern zu Medienopfern? «Das Kind wird in *Super Nanny* zum Objekt ohne jede Intimsphäre», meint hierzu die Medienpädagogin Helga Theunert.^{vi} «Patentrezepte gegen «kleine Monster?» wird auf einer pädagogischen Website gefragt. «Wer nicht auf die Eltern oder die Nanny-Regeln hört, landet häufig auf der «Stillen Treppe».»^{vii}

Gerade die Frage nach langfristigen Effekten bei den beteiligten Familien ist bisher noch kaum untersucht, obwohl Spekulationen dazu die Kommentare von Laien und Fachleuten beherrschen. Zu den

Sendungen in Grossbritannien, Deutschland und Österreich liegen vergleichende Befunde zur Rezeption und kurzfristigen Wirkung vor. Drei Zugänge zur Erforschung dieser Sendungen sind besonders bedeutsam: 1) Aus Zuschauersicht: Durch eine Inhaltsanalyse der produzierten und ausgestrahlten Sendungen und eine Befragung von Laien und Fachleuten zu ihren Wahrnehmungen der Sendungsinhalte und -botschaften. 2) Aus Sicht der als Super Nanny aktiven Erziehungsberaterin: Durch eine Erhebung ihrer professionellen Sicht der Möglichkeiten und Grenzen der Intervention vor laufender Kamera. 3) Aus Sicht der beteiligten Familien: Durch eine retrospektive Erhebung der erfahrenen Wirksamkeit der Interventionen und der Teilnahme an diesem Sendungsformat.

Aus den Befunden solcher Forschung können sowohl Institutionen und Fachpersonen der Erziehungsberatung als auch Produzenten von Erziehungsberatungs- und ähnlichen Real-People-Fernsehsformaten Rückschlüsse für ein verantwortungsvolles und wirksames professionelles Handeln ziehen.

Der öffentliche Mensch in einer individualisierten Gesellschaft

Öffentlichkeit ist heute weitgehend mit Medienöffentlichkeit gleichzusetzen. Gerade das Fernsehen ist als Leitmedium nach wie vor das Medium, welches die meisten Menschen erreicht. Wer im Fernsehen auftritt, erhält sofort zahlreiche Feedbacks von Freunden und Nachbarn. Er oder sie erhält Anerkennung. «Früher wollten alle Leute in den Himmel, heute wollen sie ins Fernsehen», meinte der Fernsehmoderator Kurt Felix^{viii}. Die grenzenlose Öffentlichkeit ist ein Ideal der Aufklärung, ursprünglich darauf ausgelegt, alles dem öffentlichen Diskurs zugänglich zu machen und damit auch der demokratischen Kontrolle. Aber es stellt sich die Frage, was denn veröffentlichungswürdig ist. Die Relevanzkriterien, nach denen die Medien aus Ereignissen Nachrichten machen, werden in der Nachrichtenwert- und der Agenda-Setting-Forschung untersucht. Die Medien können nicht primär beeinflussen, was das Publikum denkt, aber worüber es nachdenkt und was es ausblendet. Zugleich muss gefragt werden, was vor der Veröffentlichung zu schützen sei. Dazu gehört sicherlich die Intimität des Individuums, auch von Menschen mit öffentlichen Funktionen, und erst recht von Menschen ohne öffentliche Rollen. Dass gerade Boulevardmedien dies häufig nicht beachten, löst die Frage aus, weshalb das Publikum solche Intimitätsverletzungen offensichtlich geniesst. Voyeurismus und Orientierungssuche sind menschliche Grundmotive, welche hier eine Rolle spielen. Beobachten, ohne sich selbst einem kritischen Blick aussetzen zu müssen, vermittelt ein Gefühl der Macht. Das Beobachten anderer Menschen, gerade auch in Grenzsituationen, dient dem sozialen Vergleich. Wie lösen andere eine schwierige Aufgabe? Wie meistern sie eine scheinbar ausweglose Situation? Es kann am Modell gelernt werden, die eigene Befindlichkeit kann reguliert werden (Mood Management) und die medial präsentierten Intimitäten werden zur sozialen Anschlusskommunikation genutzt. Kaum etwas anderes eignet sich so trefflich, um sich im Gespräch mit anderen zu ereifern, sei es über die Personen, die dargestellt wurden, oder über die Medienverantwortlichen, welche die Inszenierung erst ermöglicht haben.

Zwei Grundpositionen lassen sich unterscheiden, nach denen diese medialen Phänomene bewertet werden. In der kulturpessimistischen Position wird postuliert, dass die Boulevardisierung der Medien und die permanente Verletzung der Intimität von Protagonisten zu einem Kulturverfall beitragen würden. Neil Postman etwa sprach vom Verschwinden der Wirklichkeit durch die Medien, davon, dass wir uns «zu Tode amüsierten»^{ix} und Manfred Spitzer behauptet, dass Fernsehen dumm, traurig, aggressiv und dick mache.^x Eine Gegenposition zu diesen Einschätzungen stellt der kritische Optimismus dar.

Medial inszenierte Wirklichkeiten werden konstruktivistisch verstanden und so immer als aktiver Aushandlungsprozess zwischen Medienschaffenden und Medienpublikum gesehen. Damit keine Illusionen über die medial vermittelten Realitäten aufkommen, müssen die Rezipienten über Medienkompetenzen verfügen. Diese werden zum Beispiel von Christian Doelker als Kulturtechniken verstanden.^{xi} Angewandt auf die *Super Nanny* heisst dies: Erziehungsrealitäten können nicht eins zu eins abgebildet werden. Eine mediale Abbildung ist immer auch eine Umbildung. Die Sendung *Super Nanny* als «mediale Wirklichkeit» muss von den Rezipienten wiederum interpretiert werden. Wahrnehmung ist nicht voraussetzungslos, sondern immer auch schon durch kognitive Schemata vorstrukturiert. Auch dieser Prozess ist also zwangsläufig eine Umbildung. Die Erziehungsvorstellungen, welche beim Publikum nach der Rezeption der Sendung gebildet werden, sind also in zweifacher Hinsicht Konstruktionen.

Der Kampf der Medien um Aufmerksamkeit

Der duale Rundfunkmarkt, welcher seit den 1980er-Jahren durch eine harte Konkurrenz zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Anbietern geprägt wird, hat auch im Bereich des Fernsehens zu zahlreichen neuen Sendungsformaten geführt. Der Kampf um die Aufmerksamkeit des Publikums kann nur durch eine ausgeprägte Profilbildung der Sender gewonnen werden. Je mehr Marktanteile ein Sender auf sich vereinen kann, desto mehr Werbekunden kann er anziehen und desto bessere Preise kann er für die Werbeflächen erzielen. Serielle Produktionen mit Laiendarstellern, wie es bei *Super Nanny* üblich ist, sind in der Produktion zudem deutlich günstiger als fiktionale Serien. Die Erziehungsberaterinnen, welche die *Super Nanny* verkörpern, bieten durch ihre serielle Präsenz parasoziale Interaktionsmöglichkeiten an, welche die Zuschauerbindung erhöhen. Durch die porträtierten Familien entsteht eine regionale Färbung des Angebotes, was zu mehr Nähe und Identifikationsfläche für die Zuschauenden führt als die internationale Beliebtheit einer eingekauften Serie aus den USA oder Australien etc.

Bei der Erstausstrahlung im September 2004 erreichte RTL mit *Super Nanny* 5 Mio. Zuschauende. Im Dezember 2004 stieg die Quote auf 5,5 Mio. und stellte einen Marktanteil von 25 % dar. Seither bewegen sich die Quoten auf und ab. In den schlechtesten Phasen waren es noch 10–15 % Marktanteil oder 2–4 Mio. Zuschauende. Die für die Werbung zentrale Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen wird besonders gut erreicht. 2007 waren es in dieser Gruppe 22,3 % Marktanteil. Die *Supermamas* auf RTL2 erreichten mit 4 Mio. Zuschauenden ebenfalls gute Quoten. Aus Sicht des Anbieters ist diese Sendung also ein deutlicher Erfolg. Inzwischen gibt es eine «Best of»-Zusammenstellung auf DVD, seit Mai 2005 eine vierteljährlich erscheinende Zeitschrift «Die Super Nanny» mit einer Auflage von 200'000 Exemplaren. Katja Saalfrank hat 2006 ein Buch verfasst, *Glückliche Kinder brauchen starke Eltern*, so wie schon ihre anderen Kolleginnen, allen voran die Ur-Super-Nanny Jo Frost von Channel4.^{xii} Man kann sich Super-Nanny-Tipps per SMS aufs Handy senden lassen und alle bereits ausgestrahlten Sendungen sind als Video-Stream auf RTLnow.de zugänglich.

Die Sendung *Super Nanny* wurde vom ersten Ausstrahlungstermin an kontrovers diskutiert. Vor allem das boulevardeske Zur-Schau-Stellen von Erziehungsproblemen hat bei einer Vielzahl von Institutionen und Verbänden heftige Kritik ausgelöst.^{xiii} So haben sich zum Beispiel der Deutsche Kinderschutzbund und die Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie und Familientherapie negativ

über die Sendung geäußert.^{xiv} Die Kinder- und JugendanwältInnen Österreichs beklagten, dass die Sendung Kinderrechte verletze.^{xv}

Inhaltsanalysen zu den Botschaften in den Sendungen

Verschiedene Autorinnen und Autoren haben sich in den letzten Jahren mit dem Phänomen der TV-Sendung *Super Nanny* wissenschaftlich auseinandergesetzt.^{xvi} Die wichtigsten Erkenntnisse aus den aufgelisteten Studien werden im Folgenden zusammengefasst.

Jürgen Grimm hat die *Super Nanny*-Sendungen aus England, Deutschland und Österreich einer Inhaltsanalyse unterzogen. Dabei zeigte sich, dass der von den überforderten Eltern in der Sendung praktizierte Erziehungsstil entweder stark autoritär geprägt war, oder aber, dass sich die Eltern permissiv neigend verhalten haben. Die Eltern haben also entweder auf Einschüchterung gesetzt oder verhielten sich interesselos und resignierend passiv gegenüber ihren Kindern. Demgegenüber setzten die Super Nannys in allen drei Ländern auf einen demokratischen Erziehungsstil. Die Hauptstossrichtung der Super Nanny zielt auf die positive Verstärkung der Kinder. Daneben wird der rationale Umgang mit den Kindern propagiert. Die Kinder sollen partnerschaftlich in die Erziehung mit einbezogen werden. Restriktive Massnahmen und Strafen werden nur in Ausnahmefällen eingesetzt, bleiben in der Erinnerung der ZuschauerInnen aber offenbar besonders nachhaltig haften (stiller Stuhl, Einschliessen in ein Zimmer etc.).^{xvii}

Die Super Nannys in England, Deutschland und Österreich geben denn auch ähnliche allgemeine Erziehungsratschläge: So raten die *Super Nannys* in knapp einem Viertel der TV-Fälle zu *selbstbewusstem Agieren* der Eltern. Die Eltern sollen also zu durchsetzungsstarkem und aktivem Erziehungshandeln ermutigt werden. Daneben propagieren die Super Nannys in fast 20 % der Fälle den *liebvollen Umgang* mit dem Kind.^{xviii}

Tabelle 1: Nanny-Regeln für Kinder und Eltern (http://www.rtl.de/ratgeber/familie_876804.php)

Regeln für die Kinder		Regeln für die Eltern
Disziplin	Respekt	Erziehen
Kinder müssen auf die Eltern hören	Keine Kämpfe, kein Schlagen, Treten, Boxen	Kinder werden nicht geschlagen
Kinder bleiben beim Essen am Tisch sitzen	Spielzeug wird nicht kaputt gemacht oder geworfen	Mutter und Vater müssen zusammenarbeiten
Kein Fernsehen beim Essen	Was gesagt wird, muss befolgt werden	Eltern nehmen sich Zeit für jedes Kind
Kinderzimmer werden aufgeräumt	Es werden keine Tiere gequält	Eltern müssen sich um die Kinder kümmern
Ohne Rücksprache verlässt kein Kind das Haus		Kinder werden angehört und ernst genommen
Kinder gehen brav ins Bett und bleiben dort		Eltern nehmen sich Zeit für sich selber
Jedes Kind hat seinen eigenen Bereich		JedeR hat sich an die Regeln zu halten

Handlungsträger in den *Super Nanny*-Sendungen waren zu 57 % die Mütter. Dies entspricht in etwa den asymmetrisch verteilten Erziehungsaufgaben in der Gesellschaft. Mit dem seltenen Einbezug der Väter als Erziehungsakteure (nur ca. 19 % der Fälle) wird aber auch einiges an Potential – in Hinblick auf den von den Super Nannys propagierten demokratischen Erziehungsstil – nicht genutzt.

Die Reflexion der in den Sendungen aufgedeckten Erziehungsprobleme wird länderspezifisch unterschiedlich gehandhabt. So sind es in Deutschland und Österreich fast ausschliesslich die Nannys, welche Überlegungen anstellen und Kommentare abgeben. Nicht so in England: Dort werden die Eltern selbst aufgefordert, Überlegungen zu ihren Erziehungsproblemen anzustellen und diese zu kommunizieren.^{xxix} Die Schweizer *Super Nanny* des privat-kommerziellen Senders TV3+ (Ausstrahlung: Frühsommer 2007) vertritt zwar in ihren Kommentaren einen demokratischen Erziehungsstil, tritt in den Familien aber als Expertin auf, welche die Interventionen den Eltern und Kindern primär vorgibt, ohne sie in die Problemlösung einzubeziehen. Die Disziplinierungsmassnahmen sind in der Dramaturgie besonders stark hervorgehoben und vermitteln daher doch den Eindruck einer eher autoritären Erziehungshaltung.^{xx}

Das Publikum der Super Nanny

Auf der Basis einer binationalen Online-Befragung konnte Jürgen Grimm aufzeigen, wie sich das *Super Nanny*-Publikum in Österreich und Deutschland zusammensetzt.^{xxi} Frauen schauen dabei häufiger *Super Nanny* als Männer. Jüngere Personen (unter 30-jährig) «nutzen» die TV-Nanny eher als ältere Personen. Auch schalten formal niedriger gebildete Personen (ohne Matura/Abitur) die Sendung häufiger ein als formal höher gebildete Personen (mit Matura/Abitur). Der wichtigste Prädiktor für das *Super Nanny*-Publikum ist jedoch die aktuelle Situationsinvolvierung, sprich, ob jemand gegenwärtig in die Erziehung eines Kindes mit eingebunden ist. Retrospektive biographische Einflüsse (z. B. eine belastende eigene Kindheit) sowie ein in die Zukunft gerichteter Kinderwunsch erwiesen sich als wenig bedeutsam für die Präferenz von *Super Nanny*.^{xxii}

Von der psychosozialen Disposition her ist der typische *Super Nanny*-Zuschauer – entgegen der alltagspsychologischen Erwartung – kein *Sensation Seeker*. Vielmehr geht er riskanten Erlebnissen aus dem Weg; er ist auf der Suche nach sozialer Orientierung. Probanden, die eine Präferenz für *Super Nanny* entwickelten, sind einfühlsamer als solche, die die Sendung nicht schauen. Zudem erwiesen sich «eine stark ausgeprägte Harmonie- und Lösungsorientierung im Konfliktfall sowie die Ausrichtung auf Sozialwerte wie Liebe und Hilfsbereitschaft als erklärungskräftige Sinnstruktur des *Super Nanny*-Konsums».^{xxiii}

Positive Aspekte und Auswirkungen der Super Nanny

Als Auswirkungen des *Super Nanny*-Konsums auf die ZuschauerInnen und die Gesellschaft werden in der Literatur sowohl positive wie auch negative Effekte beschrieben. Gemäss Grimm leistet das Sendegefäss einen wichtigen Beitrag zur Akzeptanz von Erziehungsthemen in der Öffentlichkeit.^{xxiv} Und macht somit PR für die professionelle Erziehungsberatung. So hat sich gezeigt, dass für die TV-ZuschauerInnen die Schwelle zur Erziehungsberatung sinkt.^{xxv} Aufgrund der Rezeption der TV-Sendung sind potentielle Klienten also eher bereit, eine Erziehungsberatung zu konsultieren. Die Sendung wirkt somit als Türöffner für die professionelle Erziehungsberatung.

Eine weitere positive Auswirkung von *Super Nanny* sind die in der Sendung vermittelten Erziehungskonzepte. Ratschläge der Super Nanny zielen in den meisten Fällen auf positive Verstärkung. So werden die Eltern angehalten, dem Kind «ein gutes Vorbild» zu sein oder «das Kind zu ermutigen». Der demokratische Erziehungsstil wird dabei als idealer Erziehungsstil propagiert. Grimm vermutet, dass als Folge davon «Nanny-TV den Einflussoptimismus der Eltern erhöht und so einem falsch verstandenen Laissez-faire im Sinne «anti-autoritärer» Erziehung sowie einem negierenden Erziehungsstil vorbeugt».^{xxvi} Viele ZuschauerInnen fühlen sich durch die Sendungen in ihrem Erziehungsverhalten bestätigt und dadurch positiv angesprochen.^{xxvii}

Auch deuten verschiedene Hinweise darauf, dass durch die Sendung die Bereitschaft, selber Kinder zu bekommen, erhöht werden kann. Es werden zwar zum Teil schockierende Einzelfälle gezeigt, aber die Einstellung der Mehrheit der (noch kinderlosen) Rezipienten in Bezug auf das Kinderkriegen wird positiv beeinflusst. «Würde nur ein kleiner Prozentsatz davon der Absicht Taten folgen lassen, wäre dies im gesellschaftlichen Interesse der Zukunftssicherung ein Erfolg.»^{xxviii}

Negative Aspekte und Auswirkungen der Super Nanny

Neben den oben beschriebenen positiven Aspekten weist Helga Theunert aber auch auf eine Reihe von negativen Aspekten in Zusammenhang mit der Sendung *Super Nanny* hin.^{xxix} Theunert reiht *Super Nanny* in das Genre des *Affektfernsehens* ein. Unter dem Affektfernsehen sind unterschiedliche Sendungen zusammengefasst, die durch Emotionalisierung, Personalisierung und (angebliche) Authentizität charakterisiert werden. Dazu gehören Talkshows, Reality-TV, Gerichtsshow, Doku-Soaps und eben auch Erziehungsshow.^{xxx} Die Sendungen dienen gemäss Theunert der reinen Unterhaltung und versuchen mit Tabubröchen hohe Einschaltquoten zu erzielen. Die vier Hauptargumente gegen das Format *Super Nanny* sind folgende:

1) *Kinder werden vorgeführt*: Was immer das im Blickpunkt stehende Kind tut, die Kamera wird gnadenlos darauf gerichtet: Egal ob es weint, tobt oder rumbrüllt. Seine Gestik und seine Mimik werden eins zu eins in die Wohnzimmer von Millionen von TV-Zuschauern transportiert. Egal aus welchen Motiven die Eltern ihr Einverständnis zur Sendung geben, sie missbrauchen dabei ihre Erziehungsgewalt.^{xxxi}

Die Super Nanny selbst, die als Pädagogin oder Psychologin die Problematik dieser öffentlichen Zurschaustellung kennen müsste, weist in keiner Sendung auf diesen Missstand hin.

2) *Kinder und Eltern werden diskriminiert*: Die Diskriminierung der Kandidaten-Familien verläuft auf unterschiedliche Arten. Sie wird augenscheinlich in den Off-Kommentaren. Hier werden Kinder schon mal als «Satansbraten» bezeichnet oder der Familienalltag wird als unerträglich dargestellt. Die Szenarien werden zudem oft mit bedrohlicher Musik untermalt. Auch das Verhalten der Super Nanny weist zum Teil eine diskriminierende Art auf: «Sie schüttelt den Kopf über die Familienverhältnisse, posaunt ihr Entsetzen über die Kinder und die Eltern unverblümt in die Kamera [...] Sie stört und zerstört die Eltern-Kind-Interaktion als eine Art übergeordnete Macht.»^{xxxii}

3) *Eltern und Kinder werden stigmatisiert*: Der öffentliche Einblick in ein Privatleben ist immer mit individuellen Folgen für die Betroffenen behaftet. So bekommt nicht nur ein anonymes Millionenpublikum die Misere in der Familie mit, sondern auch das nähere soziale Umfeld. Wie begegnen dem vorgeführten Kind Freunde und Klassenkameraden nach der Sendung? Wie wird das Kind später als JugendlicheR auf die Demütigungen reagieren? Betrachtet man die Auswahl der Fälle, welche zu

grossen Teilen aus bildungs- und einkommensmässig niedrigen Schichten stammen, kann nicht vorausgesetzt werden, dass sich die Eltern vorgängig mit solchen Fragen auseinandergesetzt haben.

4) *Die Sendung vermittelt ein falsches Bild der Erziehungsberatung:* Die Interventionen der Super Nanny sind kurz und sehr erfolgreich. Die Arbeit von mehreren Wochen wird auf 45 TV-Minuten zusammengeschnitten. Dies vermittelt den ZuschauerInnen ein falsches Bild professioneller Erziehungsberatung. Dort verlaufen Interventionen nicht nur kurz und erfolgreich, sondern können sich über Monate oder gar Jahre hinweg ziehen. Auch ist in der realen Erziehungsberatung mit allfälligen Rückschlägen zu rechnen.^{xxxiii}

Die oben aufgeführten negativen Aspekte und Auswirkungen der *Super Nanny* korrelieren mit der eingangs erwähnten gesellschaftlichen Entwicklung, in der alles zum öffentlichen Konsumgut wird, solange es unterhaltsam ist. Die Würde des einzelnen Menschen spielt dabei eine untergeordnete Rolle, er kann als KandidatIn einer TV-Show zum Medienopfer werden.^{xxxiv}

Institutionen wie der Deutsche Kinderschutzbund, die Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie und Familientherapie, Erziehungsberatungsstellen und die Pro Juventute Schweiz haben kritisiert, dass bei *Super Nanny* die Kinderrechte und die Menschenwürde der Teilnehmenden verletzt würden, dass Erziehung primär als Kampf inszeniert werde, in dem es darum gehe, dass der Erwachsene das Kind besiegt und sich nicht von den «kleinen Tyrannen» auf der Nase herumtanzen lasse und dass damit ein Revival einer schwarzen Gehorsamspädagogik zu beklagen sei.^{xxxv} Mit der Betonung von Disziplin und Respekt als erzieherischen Maximen folgt *Super Nanny* einem Trend, wie er sich zum Beispiel in der viel beachteten Streitschrift «Lob der Disziplin» von Bernhard Bueb manifestiert.^{xxxvi} Ein anderer Kritikpunkt liegt darin, dass als Ansatzpunkt der Interventionen zumeist das Fehlverhalten und nicht die Stärken von Kind und Eltern gewählt werden. Die Erziehungshaltung der Super Nanny sei humorlos und durch das rasche Aktivwerden der Nanny in einer fremden Familie eine «Erziehung ohne Beziehung».

In Befragungen des Publikums und von Erziehungsfachleuten wurde ein deutlicher «Third Person Effekt» sichtbar.^{xxxvii} Das bedeutet: Man nimmt für andere jeweils stärkere Wirkungen an als für sich selbst. Erziehungsfachleute gingen zum Beispiel davon aus, dass die Masse der Erziehungslaien durch diese Sendung deutlich stärker beeinflusst würden als sie selbst. Höher Gebildete sind sowohl bei den Teilnehmenden als auch beim Publikum viel seltener anzutreffen als einfacher Gebildete. Durch die Verweigerung der Partizipation erhalten die Sendungen eine Schlagseite hin zur Unterschicht. Es sind immer wieder defizitäre Auftritte von darin Ungeübten zu sehen. Dies kann für das Publikum die vermuteten Niveauunterschiede scheinbar bestätigen. Dadurch, dass auch überdurchschnittlich oft allein erziehende Mütter gezeigt werden, kann auch hier ein Klischee scheinbar Bestätigung finden. Die Distanz der Bessergebildeten dient der Abgrenzung und der Festigung des eigenen Status und damit einem Distinktionsbedürfnis. Schon bei Studien zu Talkshows wurde sichtbar, dass höher Gebildete, wenn sie diese Sendungen überhaupt sehen, sie dann eher distanziert oder voyeuristisch rezipieren, während einfacher Gebildete eher involviert und empathisch zuschauen, insbesondere das weibliche Publikum.^{xxxviii}

Die Einschätzungen innerhalb der Medienbranche sind deutlich weniger ambivalent als diejenigen bei Fachleuten und dem Publikum: Im Jahr 2006 wurde Jo Frost, die Super Nanny auf Channel4, mit dem Royal Television Society Award ausgezeichnet und im Jahr 2007 erhielt Katia Saalfrank für die Ver-

körperung der Super Nanny den Deutschen Fernsehpreis, Kategorie „Bester Fernseh-Coach“. Sie meinte dazu:

«Meine Arbeit wurde am Anfang sehr unterschätzt. Viele Sender arbeiten ja mit Inszenierungen bei diesen Sendungen. Wir arbeiten mit einem ganzen Team von psychologischen Beratern, die auch in der Nachsorge für die Familien da sind. Von Genugtuung würde ich nicht sprechen, aber ich habe eine Botschaft, es ist nicht nur Unterhaltung, was ich mache.»^{xxxix}

Fazit und Ausblick

Erziehungsunsicherheiten von Eltern können auf die psychosoziale Entwicklung der Kinder einen erheblichen Einfluss ausüben. Elternschulung ist ein fakultatives Angebot, das primär von bereits sensibilisierten Eltern wahrgenommen wird. Gerade jene Eltern mit dem aus Expertensicht höchsten Ausbildungs- und Beratungsbedarf werden von den Angeboten oft nicht erreicht. Hier versprechen sich manche Expertinnen und Experten positive Effekte vom Massenmedium Fernsehen, das auf unterhaltsame Weise Beratung in die Wohnzimmer bringen kann, gerade bei Familien, welche eine höhere Schwelle empfinden, um professionelle Angebote für sich in Betracht zu ziehen. Aus psychologischer Sicht ist nun aber entscheidend, ob diese Angebote, wie sie durch die Fernseh-Super-Nanny verkörpert werden, ein adäquates Beratungsangebot darstellen können oder ob sie die Erziehungsrealität wegen des Unterhaltungsanspruches der Sendungen nicht verzerrt wiedergeben. Sind Interventionen, die im geschützten Rahmen einer Beratung stattfinden, nicht vielleicht sogar kontraproduktiv, wenn sie auf der öffentlichen Bühne des Fernsehens vor Hunderttausenden von ZuschauerInnen inszeniert werden? Entstehen vielleicht sogar falsche Vorstellungen davon, wie Erziehungsinterventionen funktionieren? Neben der psychologisch relevanten Frage nach den Wirkungen beim Publikum stellen sich auch berufsethische Fragen für die an den Sendungen beteiligten Erziehungsberaterinnen, welche aus der Psychologie, der Pädagogik und der Sozialpädagogik stammen. Psychologische berufsethische Standards zum Schutze der KlientInnen müssen auf die Fernsehsituation übertragen werden, um abzuschätzen, welche Interventionen statthaft sind und welche nicht. Schliesslich ist von Relevanz für die Anwendung der Psychologie, wie sich das Bild der erziehungspsychologischen Institutionen und Fachpersonen in der Öffentlichkeit und insbesondere bei den potentiellen KlientInnen durch diese Art von Medienangeboten wandelt.

Die bisherige Forschung zu *Super Nanny* hat sich auf drei Bereiche bezogen:

1) In Sendungsanalysen wurde herausgearbeitet, welche Erziehungshaltungen in den Sendungen propagiert werden. Entgegen den Einschätzungen durch Fachkreise zeigen systematische Inhaltsanalysen, dass nicht primär eine autoritäre, sondern eher eine demokratische Erziehung gefördert wird. Der Umgang der Super Nanny mit den Kindern und Eltern lässt jedoch manche Fragen offen. Manche Sequenzen wirken wenig respektvoll und verletzen die Intimsphäre der Protagonisten. Die Auswahl der Fälle ist eher einseitig. Es sind meist Kinder, welche zu Wutausbrüchen und Gewalt neigen, die durch einen unschlüssigen Erziehungsstil in ihren emotionalen Ausbrüchen gegenüber Geschwistern, Eltern und Objekten immer weiter in einer Negativspirale drehen. Diese Fälle versprechen zum einen dramatische und damit telegene Situationen, zum anderen können sie durch die konsequente Anwendung von Regeln und die Belohnungs- und Bestrafungsmassnahmen relativ schnell verbessert werden. Eltern mit anderen Erziehungsproblemen oder zum Beispiel Kinder, die sozial ängstlich und nicht

aggressiv sind, werden kaum berücksichtigt. Die Authentizität der Szenen erscheint manchmal fraglich. Die Präsenz der Kamera kann manche Verhaltensweise von Eltern und Kindern beeinflussen.

2) Rezeptions- und Nutzungsstudien zeigen den hohen Markterfolg der Sendung, aber auch sehr unterschiedliche Rezeptionsformen. Neben dem typischen Zuschauerprofil lassen sich Personen ausmachen, welche sich im Sinne einer «Third Person»-Perspektive abgrenzen und die Sendung distanziert verfolgen. Dass dabei wenig Lerntransfer stattfindet, verwundert nicht.

3) Wirkungsstudien haben gezeigt, dass weniger der Voyeurismus als Zuschauermotiv von Bedeutung ist, sondern vielmehr ein Orientierungsbedürfnis dominiert und daraus ein Bekräftigungseffekt entsteht. Die Eltern fühlen sich in ihren Erziehungshaltungen bestätigt, entwickeln eine höhere Wirksamkeitserwartung und können aus dem sozialen Vergleich mit den überforderten Eltern in *Super Nanny* ihr Selbstwertgefühl stärken. Längerfristige Effekte dieser Art von Sendung sind aber noch kaum untersucht worden. Diese Aspekte soll eine geplante Studie in der Schweiz vertieft untersuchen^{xi}.

Die Kernfragen der geplanten Studie lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Findet durch die TV-Sendung *Super Nanny* eine echte Erziehungsberatung statt? Oder ist das TV-Format dazu nicht wirklich geeignet?
- Sind die vorgeschlagenen Lösungen nachhaltig? Werden die teilnehmenden Familien im Nachgang weiter betreut? Wenn ja, in welcher Art und was sind die Auswirkungen davon?
- Welches sind die positiven und/oder negativen Nebeneffekte der Sendung für die Beteiligten?
- Wie wirkt die Sendung auf verschiedene Gruppen von Zuschauern (Fachpersonen, Laien, hoch involvierte sowie niedrig involvierte Personen)?
- Wo sind die Grenzen des Erziehungsfernsehens? Wie sollte Erziehungsfernsehen gestaltet sein, damit es eine psychologisch fundierte positive Wirkung erzielen kann?

Die gewonnenen Erkenntnisse aus der Sicht der Teilnehmenden, der *Super Nanny* sowie der ZuschauerInnen sollen zusammengeführt und in Bezug zu anderen Studien und zu Methoden der klassischen Erziehungsberatung wie zum Beispiel dem «Video Home Training» oder der «Marte Meo Methode» gesetzt werden.^{xii} Bei der «Marte Meo Methode» geht es um das Einüben von kommunikativem Verhalten. Der Ansatz stammt aus den Niederlanden. Im Rahmen einer «Marte Meo»-Intervention werden Alltagssituationen auf Video aufgezeichnet und danach mit den beteiligten Personen und einer Fachperson analysiert. Der Unterschied zu einer *Super Nanny*-Sendung besteht darin, dass dieses Filmmaterial nicht für die Öffentlichkeit bestimmt ist. Dadurch wird auch eine eskalierende Situation, die im Video festgehalten wurde, nicht zu einer Verletzung der Intimität der Betroffenen.

In jüngster Zeit sind unter der Supervision von Daniel Süss mehrere studentische Studien- und Diplomarbeiten zu Real-People-Formaten entstanden.^{xiii} Der methodische Ansatz, die Kommunikatorabsichten, die Produkte und die Rezipientensicht miteinander zu vergleichen, hat sich in mehreren Projekten als fruchtbare Form der Triangulation (Forschungsmethodenkombination) erwiesen. Erziehungsberatung, Schulpsychologie, Kinder- und Jugendpsychologie, Jugendarbeit, Medienproduktion und Medienpädagogik können aus den Befunden dieser anwendungsorientierten Studien Anregungen beziehen.

Anmerkungen

- i Monika Rossi: Super Nanny – Erziehungsberatung via Fernsehen. Stärkt ein Real-People-Format im Fernsehen elterliche Erziehungs Kompetenzen der Zuschauenden? Hochschule für Angewandte Psychologie. Zürich 2005 (Online: <http://www.hapzh.ch/pdf/2s/2s0853.pdf>); Monika Rossi: Eltern als Publikum der «Super Nanny»: Qualitative Interviews und eine schriftliche Befragung bei Eltern in der Deutschschweiz. Diplomarbeit an der Hochschule für Angewandte Psychologie. Zürich 2006.
- ii Jürgen Grimm: Super Nannys: Ein TV-Format und sein Publikum. Konstanz 2006.
- iii Rossi, Eltern als Publikum (wie Anm. i), 81.
- iv Manfred Schmitt: Persönlichkeitspsychologische Grundlagen. In: Rainer Mangold, Peter Vorderer, Gary Bente (Hg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen 2004, 151–175.
- v Grimm, Super Nannys (wie Anm. ii), 11.
- vi Helga Theunert: Erziehungsberatung via Fernsehen – Warum «Die Super Nanny» kein Weg ist. In Klaus Wahl, Katja Hees (Hg.): Helfen «Super Nanny» und Co.? Weinheim 2006.
- vii <http://www.bildungsklick.de> (6. 11. 2007).
- viii Marcus Knill: „Mediengeilheit“ rächt sich. Online: www.rhetorik.ch/Aktuell/Aktuell_Nov_15_2001.html (23.5.2008)
- ix Neil Postman: Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt am Main 1985.
- x Manfred Spitzer: Vorsicht Bildschirm. Stuttgart 2006.
- xi Christian Doelker: Kulturtechnik Fernsehen. Analyse eines Mediums. Stuttgart 1989.
- xii Katia Saalfrank: Die Super Nanny. Glückliche Kinder brauchen starke Eltern. München 2006.
- xiii Klaus Wahl: Helfen «Super Nanny» und Co.? Ratlose Eltern – Herausforderung für die Elternbildung. Weinheim 2006, S. 77-80.
- xiv Theunert, Erziehungsberatung (wie Anm. vi), 73.
- xv Christine Winkler-Kirchberger: Stellungnahme der Kinder- und JugendanwältInnen Österreichs. Erziehung und Elternbildung via Bildschirm: Kinderrechte kontra Einschaltquote. In: kija-Jahresbericht 2004/2005. Innsbruck 2006, 70-71.
- xvi Nadja Blatter, Sabine Gehri: Wenn die Super Nanny befähigt ... Empowerment in der Sozialpädagogischen Familienbegleitung. Diplomarbeit an der BFH, Soziale Arbeit. Bern 2007; Rocher, J.: Super Nanny. Tous les bons conseils de Cathy. Paris 2006.
- xvii Grimm, Super Nannys (wie Anm. 6), 30.
- xviii Grimm, Super Nannys (wie Anm. 6), 36.
- xix Grimm, Super Nannys (wie Anm. 6), 38.
- xx David Britschgi, Janina Elsener-Elendt: Die Schweizer „Supernanny“: Erziehungsberatung zur Primetime. Eine qualitative Fernsehanalyse zur Darstellung von Erziehungsberatung des Senders TV 3+. Bachelorarbeit am Departement Angewandte Psychologie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Zürich 2008.
- xxi Grimm, Super Nannys (wie Anm. ii), 73-94.
- xxii Grimm, Super Nannys (wie Anm. ii), 76.
- xxiii Grimm, Super Nannys (wie Anm. ii), 89.
- xxiv Grimm, Super Nannys (wie Anm. ii), 219.
- xxv Sigrid Tschöpe Scheffler: «Die Super Nanny». Schnelle und simple Methoden im Sinne einer «Fastfoodpädagogik». In: Forschung & Lehre (5), 2005, 186–187.

- xxvi Grimm, Super Nannys (wie Anm. ii), 225.
- xxvii Rossi, Eltern als Publikum (wie Anm. i).
- xxviii Grimm, Super Nannys (wie Anm. ii), 225.
- xxix Theunert, Erziehungsberatung (wie Anm. vi), 71.
- xxx Gary Bente, Bettina Fromm: Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Opladen 1997.
- xxxi Tschöpe Scheffler, Die Super Nanny (wie Anm. xxv).
- xxxii Theunert, Erziehungsberatung (wie Anm. vi), 74.
- xxxiii Ragna Cordes: Videogestütztes Trainingsprogramm für Risikofamilien. Hamburg 2000; Hannelore Gens: Video-Home-Training – Aufbau elterlicher Kompetenz als präventives und kuratives Konzept. In: N. Beck, G. Adams, H. Patzelt, A. Warnke (Hg.): Angst, Depression und Verweigerung in Familie und Schule. Würzburg 2003, 113–122; Natalie Obergfell: Das Phänomen «Super Nanny». Methoden, Theorien und Vermittlung von sozialpädagogischer Arbeit in der Fernsehsendung «Die Super Nanny». Basel 2005.
- xxxiv Mario Gmür: Der öffentliche Mensch Medienstars und Medienopfer (2. Auflage). München 2004; Mario Gmür: Das Medienopfersyndrom. München 2007.
- xxxv <http://www.kinderschutzbund-nrw.de/StellungnahmeSuperNanny.htm> (26.5.2008)
- xxxvi Bernhard Bueb: Lob der Disziplin. Eine Streitschrift. Berlin 2006.
- xxxvii Grimm, Super Nannys (wie Anm. ii), 191.
- xxxviii Ingrid Paus-Haase, Uwe Hasebrink, Uwe Mattusch, Susanne Keuneke, Friedrich Krotz: Talkshow im Alltag von Jugendlichen. Der alltägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung. Opladen 1999.
- xxxix http://www.rtl.de/ratgeber/familie_948614.php (26.5.2008)
- xl Das Projekt «Erziehungsberatung in Real-People-Fernsehformaten» wird finanziell unterstützt von der Stiftung Suzanne und Hans Biäsch zur Förderung der Angewandten Psychologie. Projektleitung: Daniel Süss, ZHAW, Zürich. Laufzeit: Juni 2008 bis März 2009.
- xli Max Kreuzer, Helga Räder: Video-Home-Training. Kommunikation im pädagogischen Alltag. Eine erprobte Methode (nicht nur) in der Familienhilfe (2., erw. Aufl.). Mönchengladbach 1999; Guy Schepers, Claudia König: Video-Home-Training, eine neue Methode der Familienhilfe. Weinheim 2000; Peter Bündler: Videogestützte Beratung von Eltern zwischen Unterstützung und Entmündigung: Ein Vergleich von «Marte Meo» und «Super Nanny». In: C. Tsirigotis, J. Schweitzer-Rothers, A. von Schlippe (Hg.): Coaching für Eltern. Mütter, Väter und ihr «Job». Heidelberg 2006, 204–215.
- xlII Trix Angst, Annemarie Käslin: «Traumjob» – Führung im Zeitalter von Reality TV. Hochschule für Angewandte Psychologie. Zürich 2005; Mirjam Heilmann, Isabel Witschi Eberle: Nur wenige Schnitte zum Glück. Eine qualitative Untersuchung aus entwicklungs- und medienpsychologischer Sicht der Sendung «The Swan – Endlich schön». Hochschule für Angewandte Psychologie. Zürich 2005; Monika Rossi: «Super Nanny» – Erziehungsberatung via Fernsehen. Stärkt ein Real-People-Format im Fernsehen elterliche Erziehungskompetenzen der Zuschauenden? Hochschule für Angewandte Psychologie. Zürich 2005; Rossi, Eltern als Publikum (wie Anm. i). David Britschgi, Janina Elsener-Elendt: Schweizer Supernanny (wie Anm. xx). Alle diese Arbeiten sind in der ZHAW-Bibliothek ausleihbar und teilweise online zugänglich unter: <http://www.psychologie.zhaw.ch/de/psychologie/bibliothek.html>

Eveline Hipeli (in: EP Education Permanente, 2009/1)

Alles super? Wie die TV-Supernanny den Erziehungsalltag des Publikums beeinflussen kann

Sie beobachtet, schlichtet, berät und begleitet: Die Supernanny. Längst hat die Reality-TV-Sendung in den hiesigen Wohnzimmern Einzug gehalten. Auch die Schweiz hatte bereits ihre eigene Ausgabe der Supernanny. Doch können die Zuschauer/innen zu Hause anhand der vorgestellten Familienschicksale etwas für ihre eigene Erziehungsaufgabe lernen? Und wie profitieren eigentlich die Teilnehmer der Sendung?

Wir leben in einer Zeit, in der die Medien Hilfestellung in den verschiedensten Lebenslagen bieten. Allen voran das Fernsehen, das in diversen Formaten zeigt, wie Zuschauer und Zuschauerinnen beispielsweise ihre Schulden tilgen, sich verschönern, ihr Heim gestalten oder vermisste Familienmitglieder und Freunde wiederfinden können. Eine dieser erfolgreichen und realitätsnahen Sendungen spricht Erziehungsfragen an. Die TV-Sendung Supernanny gewährt den Zuschauenden Einblicke in fremde Haushalte und zoomt dabei ganz nah an die alltäglichen Erziehungsprobleme der Menschen. Genau dieser Umstand macht die Sendung so beliebt – und deswegen polarisiert sie auch.

Erfolgreiches, schematisches Konzept

Die TV-Serie wurde 2004 erstmals in Großbritannien ausgestrahlt und anschliessend von RTL für Deutschland übernommen. Diverse Länder folgten dem Beispiel, auch in der Schweiz wurde die Show adaptiert und ausgestrahlt. Der Grosse Erfolg, wie ihn die Supernanny aber beispielsweise in Deutschland feiern konnte, liess sich hier allerdings nicht wiederholen.

Inhaltlich ähnelt sich das Konzept in allen Ländern sehr. Überforderte Eltern, die in der Kindererziehung nicht mehr weiter wissen, wenden sich an die Supernanny. Diese besucht die Familien mit einem Kamera-Team zu Hause, beobachtet die Szenerie und gibt vor laufenden Kameras ihre Erziehungsempfehlungen ab. Neue Regeln werden aufgestellt und durchgesetzt. Nach ein bis zwei Wochen verlässt die Supernanny die Familie wieder und hinterlässt im Idealfall eine harmonische Familie. Das Publikum am heimischen Bildschirm wird so Zeuge eines klaren Verlaufs innerhalb eines vorgegebenen Zeitraumes: Problem - Behandlung - Lösung. Dieses Schema kommt bei den Rezipienten gut an. Doch trotz ihres Erfolges ist die Sendung von der ersten Folge an kontrovers beurteilt worden. Vor allem die explizite Darstellung von Erziehungsschwierigkeiten und die damit eingehende Bloßstellung der mitwirkenden Familienmitglieder haben bei einer Vielzahl von Institutionen und Fachpersonen heftige Kritik ausgelöst.

Wer sich Supernanny weshalb anschaut

Auch die Forschung hat sich mit dem Format Supernanny beschäftigt und vermutet, dass die Serie auf die Zuschauer und die Gesellschaft sowohl positive wie auch negative Effekte hat. So hat Jürgen Grimm die Supernanny-Sendungen aus England, Deutschland und Österreich einer Inhaltsanalyse

unterzogen, um herauszufinden, ob die Vorwürfe gegenüber der Sendung gerechtfertigt sind. Es resultierte, dass die teilnehmenden Eltern bei ihrer Erziehung entweder auf Einschüchterung setzten oder sich interesselos und resignierend gegenüber ihren Kindern verhielten. Demgegenüber setzten die Supernannys in allen drei Ländern auf einen demokratischen Erziehungsstil und einen liebevollen Umgang mit den Kindern. Besonders blieben bei den Zuschauer/innen aber offenbar die scheinbar einfachen und effektiven Massnahmen der Supernanny haften, wie der ‚stille Stuhl‘, oder die ‚Auszeit durch Einschliessen der unfolgsamen Kinder in ein Zimmer‘. Handlungsträgerinnen in den Supernanny-Sendungen waren zu 57% die Mütter, was in etwa den asymmetrisch verteilten Erziehungsaufgaben in der Gesellschaft entspricht. Väter sind als Erziehungsakteure mit nur 19% der Fälle deutlich untervertreten. Es überrascht auch nicht, dass deutlich mehr Frauen als Männer die Sendung anschauen. Ebenso bevorzugen jüngere, eher formal niedrig gebildete Personen das Format. Die durchschnittliche Supernanny-Zuschauerin ist demnach eine junge Frau ohne Matura, mit einer leichten voyeuristischen Neigung – könnte man denken.

Ein Vorwurf, welcher der Sendung anhaftet, ist derjenige der expliziten Darstellungen. Doch sind Voyeurismus und Neugier wirklich die hauptsächlichen Motive, das TV-Gerät einzuschalten und in den Alltag fremder Personen einzutauchen? Wohl kaum, denn entgegen der alltagspsychologischen Erwartung sind Zuschauende der Serie keine Sensation Seeker. Man kann davon ausgehen, dass die meisten sich die Sendung aus Gründen der Unterhaltung ansehen und sich dabei auch die Überlegung machen, dass es bei ihnen zu Hause ja „noch nicht so schlimm zu und her geht“ wie in den ausgestrahlten Fällen. Echte Erziehungsberatung durch das Format erhofft sich wohl nur ein kleiner Teil unter ihnen.

Die Medaille

Interessanterweise motiviert Supernanny offenbar dazu, „echte“ Erziehungsberatungsmöglichkeiten zu nutzen. Gemäss Grimm leistet das Sendegefäss einen wichtigen Beitrag zur Akzeptanz von Erziehungsthemen in der Öffentlichkeit und macht somit PR für eine professionelle Erziehungsberatung. Für die TV-Zuschauer/innen sinkt in der Folge die Hemmschwelle, fachkundige Hilfe aufzusuchen. Im Idealfall wirkt die Sendung also quasi als Türöffner. Eine weitere positive Auswirkung sind die in der Sendung vermittelten Erziehungskonzepte: Eltern werden angehalten, dem Kind ein gutes Vorbild zu sein oder es zu ermutigen. Der demokratische Erziehungsstil wird dabei als idealer Erziehungsstil propagiert. Als Folge davon vermutet Grimm: „Nanny-TV erhöht den Einflussoptimismus der Eltern und beugt so einem falsch verstandenen Laissez-faire im Sinne anti-autoritärer Erziehung sowie einem negierenden Erziehungsstil vor“.

.....und ihre Kehrseite

Neben diesen positiven Aspekten weist Helga Theunert auf eine Reihe von negativen Aspekten im Zusammenhang mit der Sendung hin. Sie reiht Supernanny unter das Genre des Affektfernsehens ein, das einen emotionalisierten, personalisierten und (angeblich) authentischen Charakter aufweise. Dazu gehörten Talkshows, Reality-TV, Gerichtssshows, Doku-Soaps und auch Erziehungssshows. Die Sendungen dienten ihrer Meinung nach der reinen Unterhaltung und versuchten mit Tabubrüchen hohe Einschaltquoten zu erzielen. Ihre Hauptkritikpunkte gegenüber der Sendung lauten wie folgt: Die

Kinder - aber auch die Eltern - werden vorgeführt, diskriminiert und stigmatisiert. So wird ein falsches Bild von Erziehungsberatung vermittelt. Dazu trägt nicht zuletzt auch die kurze Produktionszeit der Sendung bei, in der überdies erzielte Erfolge bereits sichtbar gemacht werden sollen. Fachleute kritisieren neben den aufgeführten Negativpunkten vor allem die Kollision zwischen den Absichten seriöser Erziehungsberatung und den wirtschaftlichen Interessen, die ein Fernsehsender an den Tag legt.

Erziehung im Zeichen der Mediengesellschaft

Die kontroversen Diskussionen um das TV Format Supernanny sowohl im fachlichen als auch im wissenschaftlichen Kontext unterstreichen die Unvereinbarkeit dieser unterschiedlichen Kerninteressen: Hilfestellung versus Quote.

Die negativen Aspekte und Auswirkungen der Sendung bestätigen den Eindruck, dass in unserer Gesellschaft mittlerweile alles zum Konsumgut wird, solange es unterhaltsam ist. Die Würde des einzelnen Menschen spielt dabei eine untergeordnete Rolle, als Kandidat/in einer TV-Show wird er oder sie zum „Medienopfer“, wie Mario Gmür beschreibt.

Fazit: Supernanny – und man darf nicht vergessen, dass es sich dabei prinzipiell um ein Unterhaltungsformat handelt – bringt gewisse Vorteile mit sich. In manchen Fällen scheint Erziehungsberatung im Fernsehen die Hemmschwelle für professionelle Erziehungsberatung zu senken. Die Zuschauer/innen zu Hause können Tipps bei kleineren Problemen von der Supernanny übernehmen. Die teilnehmenden Familien mögen punktuell von den Ratschlägen der Nanny profitieren. Doch sind sich Fachleute einig, dass eine kurzfristige Erziehungsbegleitung, wie sie das Format vorführt, nur mässige Effekte auf die intrafamiliären Verhältnisse haben kann. Auch hier ist Nachhaltigkeit gefragt, wie sie die klassischen Angebote zur Erziehungsberatung aufweisen. Auch im Medienzeitalter, wo Lösungen zu fast allen Lebenslagen ins heimische Wohnzimmer flimmern, spielt die professionelle Erziehungsberatung eine wichtige Rolle – vielleicht sogar eine wichtigere als je zuvor. Denn TV- Supernannys können zwar punktuell helfen und zu weiterführenden Lösungen anregen, doch Erziehung dauert eben länger als einige Wochen und hält immer wieder neue Herausforderungen bereit – für Eltern und Kinder. Festhalten lässt sich auf jeden Fall eines: Ob das Format für den Zuschauer nun von Nutzen ist oder nicht – immerhin ist das Erfolgsformat für die Fernsehmacher/innen genau das, was es verspricht: super nämlich.

Quellen:

Theunert, H. (2006). Erziehungsberatung via Fernsehen - Warum "Die Supernanny" kein Weg ist. In K. Wahl & K. Hees (Eds.), Helfen "Supernanny" und Co.? Weinheim: Beltz.

Grimm, J. (2006). Supernannys: Ein TV-Format und sein Publikum. Konstanz: UVK.

Gmür, M. (2007). Das Medienopfersyndrom. München: Ernst Reinhardt.

6.2 Brief an die Eltern

Daniel Süss

Prof. Dr. phil. habil.
Leiter Forschungsschwerpunkt
Entwicklungs- und Medienpsychologie
Minervastrasse 30
Postfach
8032 Zürich

daniel.suess@zhaw.ch

Zürich, 8. Juli 2008
Unser Zeichen: Suss

CH-8032 Zürich

Tel. +41 58 934 83 36
Fax +41 58 935 84 39
Fax Zentrale +41 58 935 71 71

Studie zur Wirkung der 3+ Super Nanny für die teilnehmenden Familien

Sehr geehrte Frau...

Sie und Ihre Familie haben letztes Jahr bei der Fernseh-Produktion „Super Nanny“ von 3+ mitgewirkt.

Im Rahmen eines unabhängigen Forschungsprojektes der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften möchten wir mehr über die Wirkungen der Sendung „Super Nanny“ erfahren. Aus diesem Grund möchten wir alle fünf Familien in der Schweiz, die wie Sie letztes Jahr von Super Nanny Martina Krieg besucht wurden, über Ihre positiven oder negativen Gedanken zu dieser TV-Produktion interviewen.

Was ist nach einem Jahr geblieben in Bezug auf die Erziehungsberatung, aber auch in Bezug auf den Umstand, dass Ihre Familie im Fernsehen aufgetreten ist? Würden Sie anderen Eltern eine Teilnahme an solchen Sendungen empfehlen oder eher davon abraten?

Wir wären über Ihre Zusage für ein ca. 1-stündiges Interview mit möglichst allen an der Sendung beteiligten Familienmitgliedern sehr erfreut, welches im September/ Oktober 2008 stattfinden würde. Es besteht sowohl die Möglichkeit, das Interview an unserer Hochschule in Zürich durchzuführen, als auch direkt bei Ihnen zu Hause. Gerne richten wir uns nach Ihren Wünschen und Ihrem Zeitplan. Als Dankeschön für Ihre Mitarbeit erstatten wir Ihnen allfällige Reisespesen und offerieren Ihnen einen Gutschein über CHF 300.- (Reise-Scheck, Coop- oder Migros-Gutschein nach Ihrer Wahl), den Sie nach Durchführung des Interviews erhalten.

Gerne melden wir uns in einigen Wochen telefonisch bei Ihnen, um die weiteren Schritte zu besprechen. Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Inzwischen wünschen wir Ihnen und Ihrer Familie eine schöne Sommerferienzeit!

Freundliche Grüsse

Prof. Dr. Daniel Süss
(Projektleiter)

lic. phil. Eveline Hipeli
(Wissenschaftliche Mitarbeiterin)

6.3 Interview Leitfäden

Leitfaden Familienbefragung

Erstkontakt / Telefon

- Bezug zum Brief und dem Telefonat mit Frau Hipeli schaffen.
- Termin: Zeitpunkt und Ort/Adresse klären (Ev. kurze Wegbeschreibung, Tipps einholen)
- Teilnehmende erfragen „Wer wird bei diesem Interview alles mit dabei sein können“
- Ablauf Interview kurz erklären: Kommen zu zweit, ein Teil ohne Kind(er), ein Teil mit Kind(er)-
- Beobachten: *Mit welcher Bezeichnung redet die Familie über die Zeit der Beratung und TV-Produktion? (Supernanny, Nanny, als das Fernsehen da war, die Zeit mit Martina...)*

Einstieg / Joining 7-8'

- Inoffizielle Begrüssung an Tür (Weg, Schwiizerdütsch ist ok, ,
 - Offizielle Begrüssung der Teilnehmenden, Vorstellung unsererseits
 - Info Grober Ablauf des Interviews
 - Kind instruieren („**Bitte zeichne für uns ein Bild zu deinen Erlebnissen, während die Martina Krieg und das Fernsehen da waren. Oder auch, nachher, als sie nicht mehr hier waren.**“)
 - Beginn mit Aufnahme
-
- Da sie beide an diesem Interview teilnehmen ist es am einfachsten, wenn sie beide sich jeweils angesprochen fühlen und sich gegenseitig ergänzen.
 - Starten wir in das Interview mit der ersten Frage aus dem Bereich Vorfeld und Erziehungsberatung...

Interview Eltern 45'

1. Teil „im Vorfeld“ (5 Minuten)	
Erziehungsberatung	Fernsehprojekt
<p>Wie ist der Entscheid zum Mitmachen an dieser Sendung entstanden?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wer hat die Initiative ergriffen, um an diesem Fernsehprojekt mitzumachen? 2. Wie haben Sie die Kinder darauf vorbereitet / Wie haben die Kinder auf den Entscheid reagiert? 3. Hatten sie vorher Kontakte für Erziehungsberatung? <p>Reserve:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auf Antworten eingehen und offen nachfragen, Bsp. geben lassen <ol style="list-style-type: none"> 4. <i>Welche Ereignisse haben die Anmeldung /den Entscheid zum Mitmachen unterstützt?</i> 5. <i>Welche Überlegungen sind für den Entscheid leitend gewesen?</i> 6. <i>Wer hat vor allem die Initiative ergriffen?</i> 7. <i>Hat's auch andere Kontakte gegeben, Hilfe für die Erziehungsprobleme zu holen?</i> 8. <i>(Welchen Eindruck hinterliessen die Verträge mit TV3)</i> 9. <i>Haben Sie sich persönlich vorbereitet?</i> 	<p>Was für Gedanken hatten Sie am Anfang gehabt, dass die Erziehungsberatung von ihnen zu Hause anschliessend veröffentlicht wird?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hatten Sie bereits andere SN-Sendungen (von andern Sendern) angeschaut und hatte das Einfluss auf ihren Entscheid? 2. Hatten Sie schon mal mit dem Fernsehen zu tun? 3. <i>Hat die Veröffentlichung im Fernsehen die Entscheidung auch beeinflusst?</i> 4. <i>Sind Sie auf das Fernsehprojekt auch vom Sender 3+ vorbereitet worden?</i> 5. <i>Wie haben Sie sich auf die Aufnahmen vorbereitet?</i>

2. Teil „während“ (10 Minuten)	
Erziehungsberatung	TV- Projekt
<p>Wie haben Sie die Erziehungsberatung von der Supernanny erlebt?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wie hat sich die Beratung in ihren eigenen 4 Wänden gestaltet? 2. Wie haben sie das Zusammenschaﬀen mit der Supernanny erlebt? 3. Wie ist das für die Kinder gewesen? 4. Was ist denn eher schwierig gewesen, oder welche Momente sind richtig gut gewesen? 5. Wie sind die Erziehungstipps (evt. Bsp.) bei Ihnen, und auch bei den Kindern angekommen? 6. Wie hat ein Einbezug des Vaters ausgesehen? 7. <i>Haben sich weitere Familienangehörige zur Beratung eingeschaltet? (Grosseltern, Eltern, Schwiegereltern, Geschwister, Bekannte, Verwandte, Lehrperson...)</i> 	<p>Wie haben Sie die Zusammenarbeit mit dem Fernsehteam erlebt?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wie hat sich die Anwesenheit des Kamerateams ausgewirkt? 2. Haben die Kameras die Erziehungsberatung mehr unterstützt oder sind vielleicht auch hinderlich gewesen? 3. Haben die Kameras auch das Verhalten der Familie beeinflusst? 4. Hat sich beim Verhalten von Freunden, Nachbarn, Verwandten etwas verändert während der Dreharbeiten? 5. Hat es Absprachen mit der Regie gegeben, um z.B. eine Pause einlegen zu können oder sich mal zurück zu ziehen?

3. Teil „unmittelbar danach“ (10 Minuten)	
Erziehungsberatung	TV- Projekt
<p>Wie hat die Beratung ihre Erziehung beeinflusst?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sie haben 8 Tage mit Martina Krieg und dem Fernsehteam verbracht. Wie ist es ihnen danach gegangen, wo die wieder gegangen sind? 2. Wie ist es dann weiter gegangen ? (der Rhythmus mit den eingeführten Regeln/Erziehungstipps EB weiter) 3. Wann sind Änderungen spürbar geworden? Was für welche? 4. Hat es etwas gegeben, das den Kindern besonders gefallen hat, oder überhaupt nicht? 5. Hat es Reaktionen vom Vater von _____ gegeben, was für welche? 	<p>Wie haben sie selber auf die ausgestrahlte Sendung reagiert? Hat es Reaktionen von aussen gegeben? (Wie ist das gewesen, als...)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Haben Sie sich die Sendungen angeschaut? Alleine, mit den Kindern, alle Gemeinsam? Wie ist das gewesen? 2. Welche Reaktionen/Gedanken haben Sie beim Anschauen gehabt? Haben Sie das Endprodukt schon vor der Ausstrahlung einmal gesehen? 3. Wie ist die Auswahl von der Szenen, also die Verarbeitung von der Aufnahmen erlebt worden? 4. Welche Reaktionen von aussen gab es auf die Sendung? Sie als Mutter/Eltern oder auch auf die Kinder? <ol style="list-style-type: none"> a. Angehörige, Freunde, Familie b. Schule, Kindergarten, Nachbarn c. sonstige

4. Teil „heute“ (20 Minuten)	
Erziehungsberatung	TV- Projekt
<p>Ein Jahr später. Wie gestaltet sich ihr Erziehungsalltag heute?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Welche Verhaltensweisen als Mutter/Vater haben sich bewährt? 2. Welche Veränderungen hat es innerhalb der Familie gegeben? 3. <i>Gibt es Sätze oder Hinweise wo sie immer noch begleiten? Z.B. Hilf mir, es selbst zu tun. (Achtung Frage 6!)</i> <p>Wie beurteilen Sie die Erziehungsberatung von der Supernanny heute?</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Welche positiven/negativen Erfahrungen haben Sie gemacht? 5. Was würden Sie machen, wenn Sie wieder Unterstützung in der Erziehung würden brauchen? 6. Welche konkreten Erziehungsmittel (wie z.B. _____) haben sich kurzfristig, und welche auch langfristig bewährt? 7. Wie beurteilen Sie die EB von der Supernanny mit anderen Hilfee Erfahrungen, die sie gemacht haben? (Welche Hilfeleistungen/Unterstützungen haben Sie im Anschluss wahrgenommen?) 8. Wie würden Sie ihren Erziehungsstil vorher und nachher unterscheiden oder vergleichen? 9. Was hat ihnen gefehlt, damit sie noch mehr profitieren hätten profitieren können? 10. Von welchen Eindrücken erzählen die Kinder heute noch? 	<p>Wie würden Sie das Fernsehprojekt heute bewerten.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Würden Sie noch einmal mitmachen? 2. Würden Sie eine Teilnahme anderen Familien empfehlen? <ol style="list-style-type: none"> a. Warum?/ Warum nicht? b. Welchen Familien? 3. Welche positiven/negativen Erfahrungen haben Sie gemacht? 4. Was könnte man verbessern oder was sollte ein anderes Mal mehr beachten werden? 5. (Wo hat z.B. die Unterstützung gefehlt, ? bei 4 abgedeckt) 6. Hat es auch ganz unerwartete Reaktionen gegeben? <ol style="list-style-type: none"> a. Medien b. Fachleute (wie uns) <p>😊 <i>immer wieder genau hinhören und nachfragen!</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>noch andere...</i> - <i>weitere...</i> - <i>was auch noch...</i> - <i>Beispiel...</i> - <i>Wie war das genau...</i>

Offene Frage an die Eltern „Wir haben jetzt viel miteinander besprochen, gibt es noch etwas, das wir nicht angesprochen haben, das sie noch wichtig finden?“

Interview Kind (Zeichnung) 7-8'

Kind(er) werden aus ihren Zimmern geholt. Sie dürfen ihre Zeichnung erläutern.

- „Zeig uns doch mal was du uns gezeichnet hast?“ „Kannst du was zu deiner Zeichnung sagen?“
- „Wen hast du da gezeichnet?“ „Was passiert da?“ „Was macht der?“ „Wie geht es dem?“
- Wenn Zeichnung negativ: Wir werden dieses Bild auch den Leuten vom Fernsehen zeigen, damit die wissen, wie sie das das nächste Mal besser machen können.

Offene Frage an alle: „Wir wären nun am Schluss des Gespräches angelangt. Haben wir etwas vergessen? Ist ihnen jetzt noch etwas in den Sinn gekommen?“

Abschluss

Cool down, Dank, Verabschiedung (Miks abbauen)

Wenn nicht schon am Telefon geklärt: „Wissen sie schon, welche Art Gutschein Sie von uns bekommen möchten? Wir werden ihnen diesen gerne per Post zukommen lassen.“

Kleines Geschenk für Kinder übergeben (Puzzle).

- Material:
- Zeichenstifte
 - Papier A4 (einige)
 - Schreibunterlage
 - Kärtchen
 - Diktaphone 2x (Computer plus Mik, Mini-Disk)
 - Kleine Puzzles

Leitfaden Interview Martina Krieg

Termin/ Vorbereitung

- Termin: Zeitpunkt und Ort klären: Dienstag 14. Oktober 2008, 9:00 in einem Café in Einsiedeln
- Mini Disc und Dictaphon (Sicherung) als Aufnahmegeräte
- Geschenk kaufen gehen (Dienstag morgens früh)

Einstieg

- Begrüssung
- Beginn mit Aufnahme
- Offizielle Begrüssung, Dank
- Info Grober Ablauf des Interviews

Interview mit Martina Krieg 80'

1. Teil „im Vorfeld“

Erziehungsberatung

TV - Projekt

Was hat sie dazu bewegt, sich als Super Nanny zu bewerben?

Welche Gedanken beschäftigten Sie vor ihrer Teilnahme an dem TV-Format Super Nanny?

1. Welche Überlegungen haben zum Entscheid zur Teilnahme geführt?
2. Haben Sie sich selbst angemeldet oder wurden sie von jemandem dazu aufgefordert?
3. Wie haben Sie sich auf die Aufgabe, eine Super Nanny zu sein, vorbereitet?

1. Kannten Sie das TV-Format der Super Nanny? (evtl. D/GB)
2. Haben Sie bereits früher Erfahrungen mit dem Fernsehen gemacht?
3. Wie wurden Sie auf das TV-Projekt seitens des Senders 3+ vorbereitet?
4. Wie haben Sie sich darauf vorbereitet, nach der Sendung in der Öffentlichkeit unter Umständen erkannt zu werden?

2. Teil „während“

Erziehungsberatung

Wie haben Sie die Situation in der Familie während der Aufzeichnungen erlebt?

1. Wie gestaltete sich die Beratung in den privaten 4 Wänden?
2. Wie erlebten sie die (Zusammen-)Arbeit mit den Eltern?
3. Wie war die Arbeit mit den Kindern?
4. Welche Momente waren eher schwierig, welche Momente waren richtig gut?
5. Wie kamen die Erziehungstipps bei den Eltern und den Kindern an?
6. Wie gestaltete sich der Einbezug des nichtanwesenden Elternteils (Väter)?

TV- Projekt

Wie haben Sie die Zusammenarbeit mit dem TV-Team erlebt?

1. Wie wirkte sich die Anwesenheit des Kamerateams auf Ihre Arbeit aus?
2. Behinderten/Unterstützten die Kameras die Erziehungsberatung?
3. Beeinflussten die Kameras Ihrer Meinung nach das Verhalten der Familie?
4. Haben Sie mitbekommen, wie Freunde und Bekannte der Familie auf den Umstand reagiert haben, dass das Fernsehen dort war?
5. Wie erlebten Sie die Dramaturgie vor Ort, das Setting mit Pausen, Einsprüchen von der Regie und ähnliches?
6. Wie erlebten Sie den Einfluss des Fernsehens und der Redaktion während ihrer Arbeit?
7. Wie frei waren Sie, die Interventionen zu gestalten (bzw. wurde Ihnen da von Seiten der Redaktion „dreingeredet“?)

3. Teil „unmittelbar danach“

Erziehungsberatung

Was denken Sie – wie hat ihr pädagogischer Einsatz die Erziehung in den Familien beeinflusst?

1. Wie kamen die eingeführten Regeln/Erziehungstipps bei den Familien an?
2. Wann wurden Änderungen in den Familien spürbar? Welche?
3. Äussertern die Eltern oder die Kinder Ihnen gegenüber Feedback (auch solches welches nicht im TV gezeigt wurde)?
4. Erhielten Sie auch Feedback von den Erziehungspersonen, die nicht im Haushalt lebten (Väter, Grossmütter etc)?
5. Was für ein Zeugnis hätten sie den Familien nach der Erziehungsberatung ausgestellt (hat sich etwas in Richtung positive Entwicklung getan)?
6. Haben die Familien nach Abschluss der Dreharbeiten noch ihren Rat gesucht bzw. haben Sie die Familien weiter betreut?

TV- Projekt

Reaktionen (eigene/fremde) auf die ausgestrahlte Sendung?

1. Was war Ihr erster Eindruck, als Sie sich die Sendung angesehen haben?
2. Wie erlebten sie die Auswahl der Szenen / die Verarbeitung der Aufnahmen?
3. Konnten Sie auf das Endprodukt Einfluss nehmen?
4. Welche Reaktionen von aussen gab es auf die Sendung?
 - a. Von den Familien selbst
 - b. Von ihrem eigenen Umfeld
 - c. sonstige
5. Was war Ihr Fazit, als sie die Sendungen sahen?

4. Teil „heute“

Erziehungsberatung

Ein Jahr später. Denken Sie, die Eltern haben Ihre Tipps / ihre Ratschläge behalten?

Was geht Ihnen durch den Kopf, wenn Sie heute an die Erziehungsberatung in den Familien denken, bei denen Sie mitgewirkt haben?

1. Ein Blick zurück auf die 5 Familien und die Erziehungsberatung: wie schätzen sie die Situation nach dem Jahr, das unterdessen vergangen ist, ein?
2. Haben Sie nach der Ausstrahlung der Sendungen noch von den Familien gehört (Fortschritte etc.)?
3. Wie hätten die Familien Ihrer Meinung nach noch besser profitieren können?
4. Denken Sie, dass mit dieser Art von TV-Format den Leuten, die sich die Sendung zu Hause als Publikum ansehen, geholfen werden kann?

TV- Projekt

Wie würden Sie das TV-Projekt heute bewerten.

1. Würden Sie noch einmal mitmachen?
Wenn ja, weshalb? Wenn nein, warum nicht?
2. Würden Sie eine Teilnahme anderen Familien empfehlen?
 - a. Warum?/ Warum nicht?
 - b. Welchen Familien?
3. Wo fehlte Ihrer Meinung nach Unterstützung?
4. Was könnte für die Zukunft verbessert werden?
5. Welche positiven/negativen Erfahrungen haben Sie gemacht?
6. Welche unerwarteten Reaktionen gab es?
 - a. Medien
 - b. Fachleute (wie uns)

Sonstige Fragen:

- Denken Sie, dass mit TV-Formaten wir der Super Nanny den betroffenen Familien wirklich geholfen werden kann?

Offene Frage an die Eltern „Wir haben jetzt viele Punkte angesprochen, gibt es noch etwas, das wir nicht erwähnt haben, was sie noch wichtig finden?“

Abschluss

- Kärtchen
- Diktaphone
- Computer plus Mikrofon
- Dankeschön für Frau Krieg

Leitfaden Fokusgruppe: niedrig involvierte Eltern

Termin/ Vorbereitung

- Termin: 5.2.2009. 18:30
- Ort: Hörsaal 107 an der Minervastrasse 30, 8032 Zürich
- Eltern wurden von allen angefragt
- Mini Disc und Aufnahmegerät: bringt David mit
- Zusatzblätter (Gedächtnisstützen mit je 15 Fotos aus dem Video Beispiel): bringt Eve mit
- Bestuhlung, Erfrischungen etc: organisiert der Hausdienst
- Moderation: Eve Hipeli und David Britschgi
- Notizen: beide

Einstieg (Eve)

- Begrüssung
- Einleitende Worte, Ablauf erklären (Film: 30'/ Diskussion 40')
- Start Filmausschnitte (30')
- Übergang zu Diskussion

Diskussionsgruppe (insgesamt ca. 40')

Fragen

Einstieg (Beispiel) oder spontan

Sie haben nun zwei Ausschnitte aus zwei der insgesamt fünf Super Nanny Folgen gesehen, die in der Schweiz produziert wurden. Die Super Nanny Martina Krieg war bei zwei Familien zu Gast (Namen erwähnen) und hat versucht, die Probleme zwischen den Müttern und den Kindern zu lösen. Wir werden nun auf verschiedene Fragen eingehen. Beginnen möchten wir mit Fragen zu den teilnehmenden Familien und dem Publikum zu Hause vor den Fernsehgeräten. Anschliessend diskutieren wir über die Super Nanny und ihre Rolle in der Sendung. Ausserdem sprechen wir über das TV-Format Super Nanny und die positiven und negativen Aspekte von Erziehungsberatung dieser Art im Fernsehen.

→ Übergang zu Fragen/ Hinweis auf Flipchart

1. Was bringt die Super Nanny den teilnehmenden Familien? Eve

- 1. Was von dem, das die Super Nanny in den Familien gemacht hat, ist Ihnen während der Filmbeispiele besonders positiv oder negativ aufgefallen?*
- 2. Denken Sie, dass die Super Nanny mit ihren Methoden Erfolg hat und dass sie nachhaltig wirken?*

2. Was bringt die Super Nanny dem Publikum? David

- 1. Welche positiven Effekte kann Erziehungsberatung im Fernsehen Ihrer Meinung nach für das Publikum vor den Fernsehgeräten haben?*
- 2. Welche negativen Effekte kann Erziehungsberatung im Fernsehen Ihrer Meinung nach für das Publikum vor den Fernsehgeräten haben?*
- 3. Welche Alternativen zum Konsum dieser Sendung würden Sie selbst in Anspruch nehmen, um sich ein Bild von Erziehungsfragen zu machen?*
- 4. Für diejenigen unter Ihnen die Kinder haben und die Sendung entweder aus der Schweiz, Deutschland oder einem anderen Land kennen: Hat die Sendung Super Nanny in Ihrem persönlichen Alltag zu Veränderungen geführt? Haben Sie profitieren können?*
- (5. Für diejenigen unter Ihnen ohne Kinder: hat Ihnen die Sendung Super Nanny Ideen*

mitgegeben, wie Sie später mit Erziehungsproblemen umgehen könnten?)

3. Welchen Eindruck hinterlässt die Super Nanny als Person? Eve

- 1. Welchen Eindruck macht Martina Krieg als Person auf Sie? Was fällt Ihnen positiv auf, was negativ?*
- 2. Wie beurteilen Sie den Einsatz in den Familien und die Kompetenz von Martina Krieg?*
- 3. Würden Sie jemanden wie Martina Krieg in Ihre eigene Familie holen – ganz ohne das Fernsehen drum herum – um Erziehungsprobleme in den Griff zu bekommen? Diese Möglichkeit gibt es ja auch, wo man gemeinsam mit einer Fachperson wie Martina Krieg Alltagsszenen auf Video aufnimmt und sie gemeinsam bespricht. Würden Sie so etwas machen? (Wenn ja, weshalb? Wenn nein, weshalb nicht?)*

4. Was fällt am TV-Format Super Nanny auf? David

- (1. Super Nanny wurde inzwischen schon in 10 Ländern produziert. Falls Sie andere Ausgaben gesehen haben, z.B. auf RTL mit Katja Saalfrank: Finden Sie, dass das Konzept der Sendung Super Nanny in der Schweiz gut umgesetzt worden ist? War etwas auffällig anders?)*
- 2. Beim TV-Format Super Nanny sieht man bereits nach wenigen Tagen klare Erziehungserfolge. Wie beurteilen Sie diese Tatsache?*
- 3. Wie beurteilen Sie die harte Kritik, mit der sowohl Eltern als auch Kinder in der Sendung öffentlich konfrontiert werden (Vorgeführt werden, heimliches Filmen der Kinder, Kinder und Eltern würden diskriminiert oder stigmatisiert und es entstehe ein völlig unrealistisches Bild von Erziehungsberatung)? Was denken Sie zu diesen Punkten?*
- 4. Denken Sie, dass es überhaupt möglich ist, dass das Fernsehen eine fachlich gute Erziehungsberatungssendung produzieren kann? Denn letztendlich zählt für die Produzenten der Sendung vor allem eine gute Quote.*
- 5. Angenommen, die Produzenten denken über eine weitere Staffel der Super Nanny in der Schweiz nach. Welchen Rat würden Sie ihnen aus der Sicht des Zuschauers dafür geben?*

5. Gibt es noch etwas, was wir noch nicht angesprochen haben, Sie aber wichtig finden? Eve

(Vor Ort ansprechen und für's Protokoll notieren)

Abschluss

(Dankeschön)

Kopien des Super Nanny Artikels an interessierte Teilnehmer

Hinweis auf Fahrtspesen.

Leitfaden Fokusgruppe: hoch involvierte Eltern

Termin/ Vorbereitung

- Termin: 18.2.2009. 19:30
- Ort: Hörsaal 107 an der Minervastrasse 30, 8032 Zürich
- Eltern wurden durch Janina und David angefragt
- Mini Disc und Aufnahmegerät: bringt David mit
- Zusatzblätter (Gedächtnisstützen mit je 15 Fotos aus dem Video Beispiel): bringt Eve mit
- Bestuhlung, Erfrischungen etc: organisiert der Hausdienst
- Moderation: Eve Hipeli und David Britschgi
- Notizen: beide

Einstieg (Eve)

- Begrüssung
- Einleitende Worte, Ablauf erklären (Film: 30'/ Diskussion 40')
- Kurze Vorstellungsrunde (Rolle als Eltern mit Erziehungsberatung oder Kursen evt. beim gegenseitigen Vorstellen oder beim Einstieg miteinbeziehen)
- Start Filmausschnitte (30')
- Übergang zu Diskussion

Diskussionsgruppe (insgesamt ca. 40')

Fragen

Einstieg (Beispiel) oder spontan

Sie haben nun zwei Ausschnitte aus zwei der insgesamt fünf Super Nanny Folgen gesehen, die in der Schweiz produziert wurden. Die Super Nanny Martina Krieg war bei zwei Familien zu Gast (Namen erwähnen) und hat versucht, die Probleme zwischen den Müttern und den Kindern zu lösen. Wir werden nun auf verschiedene Fragen eingehen. Beginnen möchten wir mit Fragen zu den teilnehmenden Familien und dem Publikum zu Hause vor den Fernsehgeräten. Anschliessend diskutieren wir über die Super Nanny und ihre Rolle in der Sendung. Ausserdem sprechen wir über das TV-Format Super Nanny und die positiven und negativen Aspekte von Erziehungsberatung dieser Art im Fernsehen.

→ Übergang zu Fragen/ Hinweis auf Flipchart

1. Was bringt die Super Nanny den teilnehmenden Familien? Eve

- 1. Was von dem, das die Super Nanny in den Familien gemacht hat, ist Ihnen während der Filmbeispiele besonders positiv oder negativ aufgefallen?*
- 2. Denken Sie, dass die Super Nanny mit ihren Methoden Erfolg hat und dass sie nachhaltig wirken?*

2. Was bringt die Super Nanny dem Publikum? David

- 1. Welche positiven Effekte kann Erziehungsberatung im Fernsehen Ihrer Meinung nach für das Publikum vor den Fernsehgeräten haben?*
- 2. Welche negativen Effekte kann Erziehungsberatung im Fernsehen Ihrer Meinung nach für das Publikum vor den Fernsehgeräten haben?*
- 3. Welche Alternativen zum Konsum dieser Sendung würden Sie selbst in Anspruch nehmen (oder haben sie in Anspruch genommen), um sich ein Bild von Erziehungsfragen zu machen?*
- 4. Haben Sie die Sendung Super Nanny aus der Schweiz, Deutschland oder einem anderen Land schon gesehen / wahrgenommen, bevor Sie Erziehungsberatung in Anspruch genommen haben? Welchen Einfluss hatte die Sendung auf ihre Entscheidung?*
- 5. Für diejenigen unter Ihnen die die Sendung entweder aus der Schweiz, Deutschland oder einem anderen Land kennen: Hat die Sendung Super Nanny in Ihrem persönlichen Alltag zu Veränderungen geführt? Haben Sie profitieren können?*
- 6. (Falls die Erziehungsberatung vor der Super Nanny konsultiert wurde) Hätte die Sendung eine Beratung oder Kurs ersetzen können? Wenn ja, warum, wenn nein, warum nicht?*

3. Welchen Eindruck hinterlässt die Super Nanny als Person? Eve

- 1. Welchen Eindruck macht Martina Krieg als Person auf Sie? Was fällt Ihnen positiv auf, was negativ?*
- 2. Wie beurteilen Sie den Einsatz in den Familien und die Kompetenz von Martina Krieg?*
- 3. Würden Sie jemanden wie Martina Krieg in Ihre eigene Familie holen – ganz ohne das Fernsehen drum herum – um Erziehungsprobleme in den Griff zu bekommen? Diese Möglichkeit gibt es ja auch, wo man gemeinsam mit einer Fachperson wie Martina Krieg Alltagsszenen auf Video aufnimmt und sie gemeinsam bespricht. Würden Sie so etwas machen? (Wenn ja, weshalb? Wenn nein, weshalb nicht?)*

4. Was fällt am TV-Format Super Nanny auf? David

- (1. Super Nanny wurde inzwischen schon in 10 Ländern produziert. Falls Sie andere Ausgaben gesehen haben, z.B. auf RTL mit Katja Saalfrank: Finden Sie, dass das Konzept der Sendung Super Nanny in der Schweiz gut umgesetzt worden ist? War etwas auffällig anders?)*
- 2. Beim TV-Format Super Nanny sieht man bereits nach wenigen Tagen klare Erziehungserfolge. Wie beurteilen Sie diese Tatsache?*
- 3. Wie beurteilen Sie die harte Kritik, mit der sowohl Eltern als auch Kinder in der Sendung öffentlich konfrontiert werden (Vorgeführt werden, heimliches Filmen der Kinder, Kinder und Eltern würden diskriminiert oder stigmatisiert und es entstehe ein völlig unrealistisches Bild von Erziehungsberatung)? Was denken Sie zu diesen Punkten?*
- 4. Denken Sie, dass es überhaupt möglich ist, dass das Fernsehen eine fachlich gute Erziehungsberatungssendung produzieren kann? Denn letztendlich zählt für die Produzenten der Sendung vor allem eine gute Quote.*
- 5. Angenommen, die Produzenten denken über eine weitere Staffel der Super Nanny in der Schweiz nach. Welchen Rat würden Sie ihnen aus der Sicht des Zuschauers dafür geben?*

5. Gibt es noch etwas, was wir noch nicht angesprochen haben, Sie aber wichtig finden? Eve

(Vor Ort ansprechen und für's Protokoll notieren)

Abschluss

(Dankeschön Gutschein)

Kopien des Super Nanny Artikels an interessierte Teilnehmer

Hinweis auf Fahrtspesen.

Leitfaden Fokusgruppe: Experten

Termin/ Vorbereitung

- Termin: 26.1.2009. 18:00
- Ort: Hörsaal 107 an der Minervastrasse 30, 8032 Zürich
- Externe Experten: wurden von Eve informiert
- Experten vom IAP: werden von Daniel angefragt
- Mini Disc und Aufnahmegerät: bringt David mit
- Zusatzblätter (Gedächtnisstützen mit je 15 Fotos aus dem Video Beispiel): bringen Janina und David mit
- Bestuhlung, Erfrischungen etc: organisiert Eve

Einstieg

- Begrüssung (Daniel Süss)
- Einleitende Worte, Ablauf erklären (Film: 30'/ Diskussion 40')
- Start Filmausschnitte (30') (David Britschgi)
- Übergang zu Diskussion

Diskussionsgruppe (insgesamt ca. 40')

Fragen

Einstieg (Beispiel)

Sie haben nun zwei Kurzfassungen von zwei der insgesamt fünf Super Nanny Folgen gesehen, die in der Schweiz produziert wurden. Die Super Nanny Martina Krieg war bei zwei Familien zu Gast (Namen erwähnen) und hat versucht, die Probleme zwischen den Müttern und den Kindern zu lösen. Wir werden nun auf verschiedene Fragen eingehen. Beginnen möchten wir mit Fragen zu den teilnehmenden Familien und dem Publikum zu Hause vor den Fernsehgeräten. Anschliessend diskutieren wir über die Super Nanny und ihre Rolle in der Sendung. Ausserdem sprechen wir über das TV-Format Super Nanny und die positiven und negativen Aspekte von Erziehungsberatung im Fernsehen.

→ Übergang zu Fragenblock a. (Fokus auf die Eltern/ Kinder), anschliessend Fragenblock b.

1. Fokus: Was bringt die Super Nanny den teilnehmenden Familien? (7')

a= Fokus: Eltern/Kinder

1a. *Welche Interventionen der Super Nanny sind Ihnen während der Filmbeispiele besonders aufgefallen? Weshalb?*

2a. *Wie würden Sie die Konsequenzen der Interventionen beurteilen, beziehungsweise den Erfolg und die Nachhaltigkeit der Massnahmen, welche die Super Nanny ergriffen hat?*

3a. *Wenn Sie sich diese Eltern und Kinder angeschaut haben, denken Sie dann: Die hätten eigentlich etwas Anderes gebraucht, als was die Super Nanny ihnen angeboten hat? Was wäre das?*

2. Fokus: Was bringt die Super Nanny dem Publikum? (10')

b= Fokus: Publikum

- 1b. *Welche positiven Effekte kann Erziehungsberatung im Fernsehen Ihrer Meinung nach für das Publikum vor den Fernsehgeräten haben?*
- 2b. *Welche negativen Effekte kann Erziehungsberatung im Fernsehen Ihrer Meinung nach für das Publikum vor den Fernsehgeräten haben?*
- 3b. *Welche Alternativen zum Konsum dieser Sendung würden Sie aus fachlicher Sicht dem Publikum empfehlen, wenn es sich zu Erziehungsfragen ein Bild machen will?*
- 4b. *Haben Sie Veränderungen in Ihrem Berufsalltag festgestellt, seit es das TV-Format Super Nanny gibt? Das heisst: Haben sich die Erwartungen und Wünsche der Eltern oder anderer Personengruppen, die sich mit Erziehungsfragen an Sie wenden, geändert, seit es das TV-Format Super Nanny gibt?*

3. Fokus: Die Super Nanny Martina Krieg (Fachkompetenz, Eindrücke zur Person) (8')

1. *Welchen Eindruck macht Martina Krieg als Person auf Sie? Was fällt Ihnen positiv auf, was negativ?*
2. *Wie beurteilen Sie den Einsatz von Martina Krieg in den Familien, aus fachlicher Sicht? Handelt sie in Ihren Augen professionell?*

4. Fokus: Das TV-Format Super Nanny (10')

1. *Super Nanny wurde inzwischen schon in 10 Ländern produziert. Falls Sie andere Ausgaben gesehen haben, z.B. auf RTL mit Katja Saalfrank: Finden Sie, dass das Konzept der Sendung Super Nanny in der Schweiz gut umgesetzt worden ist? War etwas auffällig anders?*
2. *An der Sendung wurde aus Fachkreisen heftige Kritik geübt, z.B. Kinder würden vorgeführt, Kinder und Eltern würden diskriminiert oder stigmatisiert und es entstehe ein völlig unrealistisches Bild von Erziehungsberatung? Was denken Sie zu diesen Punkten?*
3. *Denken Sie, dass es überhaupt möglich ist, dass das Fernsehen eine fachlich gute Erziehungsberatungssendung produzieren kann? Schliesslich zählt für die Produzenten der Sendung vor allem eine gute Quote.*
4. *Angenommen, die Produzenten würden über eine weitere Staffel der Super Nanny in der Schweiz nachdenken. Welchen Rat würden Sie ihnen aus fachlicher Sicht dafür geben?*

5. Zeit für Fragen aus der Expertenrunde, die noch nicht angesprochen wurden (5')

Gibt es noch Aspekte, die wir nicht angesprochen haben und die aus Ihrer Sicht wichtig sind?

Abschluss (Daniel Süß)

Dankeschön: Artikel Süß/Waller abgeben, Ergebnisse (ca. Juni) werden wir gerne mitteilen, Reisespesen können uns gemeldet werden

Codebuch: Kategorien	BA	Fam	SN	Exp.	Eni	Ehi
Positive Effekte: <ul style="list-style-type: none"> - Die Sendung fördert die <u>Akzeptanz</u> von Erziehungsthemen in der Öffentlichkeit - Die Sendung wirkt als <u>Initiierer</u> und die Schwelle zur professionellen Erziehungsberatung sinkt. Die Bereitschaft zur Konsultation einer Erziehungsberatung steigt durch die Sendung. - Die Supermami vermittelt <u>Erziehungskonzepte</u>. Ratschläge der SN stärken die Eltern, ein gutes Vorbild zu sein oder das Kind zu ermutigen - <u>Beeinflussbarkeit</u> der Erziehungssituation als Eltern: - <u>Relativierungseffekt:</u> - <u>Die Bereitschaft</u> <u>kindloser</u> Rezipienten, selber Kinder zu bekommen, wird erhöht 						
Negative Effekte: <ul style="list-style-type: none"> - Die Kinder werden <u>vorgeführt</u>, in dem ihm als <u>Objekt</u> keine <u>Intimsphäre</u> gewährt wird. Mit der Kamera wird jede noch so intime Situation eingefangen und öffentlich gemacht. Die Eltern missbrauchen dadurch ihre Erziehungsgehalt. Die Supermami nimmt keine Stellung zur öffentlichen Zurschaustellung ein. - Kinder und Eltern werden <u>diskriminiert</u>, in dem sie oder der Familienalltag in den <u>Off-Kommentaren</u> <u>abschätzig</u> dargestellt werden. Solche Szenen werden mit <u>bedrohlicher Musik</u> untermauert. Die <u>Mimik</u> und <u>Gestik</u> der Supermami ist gegenüber den Familien respektlos oder sie stört die Eltern-Kind-Interaktion als eine Art übergeordnete Macht. - Eltern und Kinder werden <u>stigmatisiert</u>, in dem das <u>nahere soziale Umfeld</u> <u>Einblick</u> in das Privatleben hat. Individuelle Folgen der Reaktionen z.B. aus Schule bleiben haften. Die Eltern haben sich im Voraus nicht mit solchen Fragen auseinandergesetzt. - Die Sendung vermittelt ein <u>falsches Bild</u> der Erziehungsberatung. Die Interventionen der SN sind kurz und erfolgreich. Die Arbeit aus einer Woche wird auf 45 Minuten zusammengefasst. Den Zuschauern wird ein <u>falsches Bild</u> über die längere Dauer und den hart zu erwerbenden Erfolg vermittelt. In der realen Erziehungsberatung ist mit Rückschlägen zu rechnen. 						
Empfehlungen für die Weiterentwicklung „Erziehungsfernsehen“ <ul style="list-style-type: none"> - Der teilnehmende Familien - Der Supermami - Der Fokusgruppe Experten - Der Fokusgruppe hochmotivierter Eltern - Der Fokusgruppe niedermotivierter Eltern 	x	x	x	x	x	x
Nachhaltigkeit der EB: <ul style="list-style-type: none"> - Die Familien profitieren auch noch ein Jahr später durch das erworbene <u>Handlungsrepertoire</u> der SN - Die vorgeschlagenen <u>Lösungen</u> erwiesen sich als nachhaltig. 		x		(x)		
Nachbetreuung der Familien <ul style="list-style-type: none"> - Die Familien werden im Anschluss an die Erziehungsberatung der Supermami nachbetreut. 						
TV-Format: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Kontakte</u>, welche für die EB im Real-People-Format sprechen - <u>Grenzen</u>, welche die EB im TV-Format hat - <u>Alternativen</u>, die sie herausschälistet haben 						
Unerwartete Nebeneffekte: <ul style="list-style-type: none"> - Welche positiv auffallen - Welche negativ auffallen 						
Wirkung / Eindruck zur Sendung:						
Erziehungsstil: <ul style="list-style-type: none"> - Der propagierte Erziehungsstil der Supermami ist eher demokratisch - Der propagierte Erziehungsstil der Supermami ist eher autoritär - Rezipierende Eltern werden in ihrem Erziehungsverhalten bestärkt und positiv angesprochen 						
Reflexion der in der Sendung aufgedeckter Erziehungsprobleme: <ul style="list-style-type: none"> - Die Supermami stellt Überlegungen an und gibt Kommentare ab. - Die Eltern selbst werden aufgefordert, sich Überlegungen zu ihren Erziehungsproblemen anzustellen und diese zu kommunizieren. 						

6.4 Codebuch

7. Literaturverzeichnis

- Angst, T., & Käslin, A. (2005). "Traumjob" - Führung im Zeitalter von RealityFernseh. Zürich: Hochschule für Angewandte Psychologie.
- Bente, G., & Fromm, B. (1997). Affektfernsehen Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Opladen: Leske + Budrich.
- Blatter, N., & Gehri, S. (2007). Wenn die Super Nanny befähigt ... Empowerment in der Sozialpädagogischen Familienbegleitung. Bern: BFH, Soziale Arbeit.
- Bressoud, A. (2007). Cours à domicile Super Nanny "oser chercher de l'aide", consultante pédagogique, éducatrice de la petite enfance, Annabelle Bressoud offre un petit coup de pouce aux parents. Cours à domicile super Nanny.
- Britschgi, D. & Elsener-Elendt, J. (2008): Die Schweizer Supernanny: Erziehungsberatung zur Primetime. Eine qualitative Fernsehanalyse zur Darstellung von Erziehungsberatung des Senders TV 3+. Zürich: Institut für Angewandte Psychologie.
- Bünder, P. (2006). Videogestützte Beratung von Eltern zwischen Unterstützung und Entmündigung: Ein Vergleich von "Marte Meo" und "Super Nanny". In C. Tsirigotis, J. Schweitzer-Rothers & A. von Schlippe (Eds.), Coaching fuer Eltern. Mütter, Väter und ihr "Job" (pp. 204-215). Heidelberg: Auer.
- Cathy, & Rocher, J. (2006). Super Nanny [tous les bons conseils de Cathy]. [Paris]: M6 Editions.
- Cordes, R. (2000). Videogestütztes Trainingsprogramm für Risikofamilien. Hamburg: Kovac.
- Doelker, Christian (2005): media in media. Texte zur Medienpädagogik. Zürich: Pestalozzianum Verlag.
- Gens, H. (2003). Video-Home-Training(R) - Aufbau elterlicher Kompetenz als praeventives und kuratives Konzept. In N. Beck, G. Adams, H. Patzelt & A. Warnke (Eds.), Angst, Depression und Verweigerung in Familie und Schule (pp. 113-122). Würzburg: Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie.
- Gmür, M. (2004). Der öffentliche Mensch Medienstars und Medienopfer (2. Auflage ed.). München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Gmür, M. (2007). Das Medienopfersyndrom. München: Ernst Reinhardt.

- Grimm, J. (2006). Super Nannys: Ein TV-Format und sein Publikum. Konstanz: UVK.
- Heilmann, M., & Witschi Eberle, I. (2005). Nur wenige Schnitte zum Glück. Eine qualitative Untersuchung aus entwicklungs- und medienpsychologischer Sicht der Sendung "The Swan - Endlich schön". Zürich: Hochschule für Angewandte Psychologie.
- Kreuzer, M., & Räder, H. (1999). Video-Home-Training. Kommunikation im pädagogischen Alltag eine erprobte Methode (nicht nur) in der Familienhilfe (2., erw. Aufl. ed.). Mönchengladbach: Fachhochschule Niederrhein. Fachbereich Sozialwesen.
- Mayring, P. (2007). Qualitative Inhaltsanalyse Grundlagen und Techniken (9. Aufl. ed.). Weinheim: Beltz Verlag.
- Obergfell, N. (2005). Das Phänomen "Super Nanny" Methoden, Theorien und Vermittlung von sozialpädagogischer Arbeit in der Fernsehsendung "Die Super Nanny". Basel: HPSA-BB.
- Rossi, M. (2005). "Super Nanny" - Erziehungsberatung via Fernsehen. Stärkt ein Real-People-Format im Fernsehen elterliche Erziehungskompetenzen der Zuschauenden? Zürich: Hochschule für Angewandte Psychologie.
- Rossi, M. (2006). Eltern als Publikum der "Super Nanny": Qualitative Interviews und eine schriftliche Befragung bei Eltern in der Deutschschweiz. Zürich: Hochschule für Angewandte Psychologie.
- Saalfrank, K. (2006). Die Super Nanny. Glückliche Kinder brauchen starke Eltern. München: Goldmann.
- Schepers, G., & König, C. (2000). Video-Home-Training eine neue Methode der Familienhilfe. Weinheim: Beltz.
- Schmitt, M. (2004). Persönlichkeitspsychologische Grundlagen. In R. Mangold, P. Vorderer & G. Bente (Eds.), Lehrbuch der Medienpsychologie (pp. 151 - 175). Göttingen: Hogrefe.
- Süss, D. (1993). Der Fernsehkrimi, sein Autor und die jugendlichen Zuschauer. Medienkommunikation aus drei Perspektiven, am Beispiel des "Tatort"-Krimis "Kameraden". Bern [etc.]: Huber H.
- Süss, D. (2004). Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen, Konstanten, Wandel. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Theunert, H. (2006). Erziehungsberatung via Fernsehen - Warum "Die Super Nanny" kein Weg ist. In K. Wahl & K. Hees (Eds.), Helfen "Super Nanny" und Co.? Weinheim: Beltz.

Tschöpe-Scheffler, S. (2005). "Die Super Nanny". Schnelle und simple Methoden im Sinne einer "Fastfoodpädagogik". Forschung & Lehre(5), 186-187.

Wahl, K. (2006). Helfen "Super Nanny" und Co.? Ratlose Eltern - Herausforderung für die Elternbildung. Weinheim: Beltz.

ZISCH Zentralschweiz online (2007): Sendepause für Einsiedler Supernanny. Online unter: www.zisch.ch, 22.8.2007, 05:45 (Zugriff: 8.9.2007)
